

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sepak bola merupakan olahraga paling populer di dunia. Menurut FIFA, undalam laporannya yang berjudul Professional Football Report (2019), terdapat sekitar 4 miliar penggemar sepak bola di dunia, dengan pemain berjumlah 265 juta, serta sekitar 5 juta wasit. Pasalnya olahraga ini tidak memerlukan peralatan dengan biaya yang mahal. Jadi tidak heran jika olahraga ini digandrungi oleh banyak orang. Menurut Luxbacher (2008), sepak bola sendiri merupakan dua tim yang masing-masing beranggotakan sebelas pemain yang bermain dalam pertandingan.. Setiap kelompok berusaha untuk mencegah yang lain mencetak gol sambil berupaya mencetak gol bagi tim mereka sendiri. Tim yang mempunyai skor tertinggi yang akan dinyatakan sebagai pemenang. Untuk penggemar sepak bola, tentunya terdapat cara lain untuk menikmati sepak bola selain memainkan pertandingan sepak bola, yaitu dengan menonton pertandingan sepak bola. Menjadi penggemar sepak bola sendiri timbul pada jati diri penggemar sepak bola yang mana hal itu membuat identitas baru sebagai penggemar sepak bola. Sosiolog kawakan Emile Durkheim pernah mengatakan bahwa pendukung adalah seseorang yang mendukung atlet atau tim karena mereka percaya pada mereka dan ingin melihat mereka sukses (Malfaid, 2013). Pada umumnya penggemar sepak bola bisa dilihat dan dikenal melalui perilaku dan identitas yang

diperlihatkan, seperti kebiasaan menonton sepak bola, bermain sepak bola, atau bahkan hanya sekadar mengenakan jersey klub sepak bola. Penggemar telah menjadi instrumen penting dalam sepak bola, dan oleh karena itu, sepak bola akan terasa hampa tanpa adanya dukungan dari supporter. Hal ini juga yang menyebabkan penggemar bisa menjadi seorang penggemar yang fanatik pada sepak bola.



Gambar 1.1 Slogan Sepak bola tanpa penggemar bukanlah apa-apa

Sumber : (Spiritofshankly, 2013)

Seseorang menjadi penggemar sepak bola karena alasan yang berbeda-beda. Oleh karena itu lahirnya seseorang menjadi penggemar sepak bola tidak bisa disamaratakan. Di zaman yang sudah serba modern ini sepak bola terus mengalami perkembangan dan kemajuan serta pembaruan dalam setiap aspeknya. Tak terkecuali dalam aspek menikmati dan menonton sepak bola. Setiap penggemar sepakbola memiliki caranya masing-masing untuk menikmati dan

menonton pertandingan klub kesayangannya. Di masa kini media dan sepak bola bersifat mengikat dan telah menjadi jembatan bagi penggemar sepak bola untuk menikmati pertandingan sepak bola. Keterikatan ini sebenarnya sudah ada semenjak awal-awal sepak bola mulai marak dimainkan. Namun jika sedikit menoleh ke masa awal-awal media ditemukan, tidak ada banyak cara bagi para penggemar untuk bisa menikmati pertandingan sepakbola. Pada pertengahan tahun 1800-an di mana banyak klub sepakbola berdiri, cara untuk menikmati pertandingan sepakbola adalah dengan menonton langsung ke lapangan, yang pada gilirannya akan menimbulkan sensasinya yang lebih riil dan menegangkan. Namun di tahun 1900-an, seiring dengan perkembangan media, sepakbola pun bisa dinikmati dengan cara lain tanpa harus datang ke lapangan ataupun stadion. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mendengarkan radio. Yusuf Abdillah (2019) dalam artikelnya yang berjudul “Siaran Radio dalam Sepak Bola” menuliskan bahwa lembaga penyiaran publik asal Inggris, BBC, menjadi yang pertama dalam memulai penyiaran sepak bola melalui perangkat radio. Pada kegiatan penyiaran pertandingan sepak bola untuk pertama kalinya itu, BBC melaporkan pertandingan antara Arsenal melawan Sheffield United. Pertandingan itu disiarkan pada 22 Januari 1927. Tentu saja, para penggemar sepak bola merasa bahwa ‘menikmati’ sepak bola melalui radio penuh dengan kekurangan karena tak adanya visibilitas. Walau begitu, pada zamannya, pilihan ini dinilai fleksibel dan menjadi pilihan yang tepat untuk penggemar yang tidak mau repot datang ke stadion, yang tentunya akan lebih memakan biaya dan waktu. Bagi mereka

memantau pertandingan melalui mendengarkan radio akan menjadi pilihan yang solutif.



**Gambar 1.2** Ilustrasi menikmati pertandingan sepak bola melalui radio

Sumber : [fasttrackteaching.com](http://fasttrackteaching.com)

Di pertengahan abad 20, media menjadi semakin maju dan canggih. Televisi ditemukan dan marak digunakan di kalangan masyarakat. Tontonan pertandingan sepakbola pun mengalami kemajuan., Pada saat itu penggemar bisa mendapatkan visual dan audio, yang mana hal ini menjadi sempurna walaupun pada saat itu hanya berupa televisi hitam putih. Neil Hale (2022) dalam artikelnya yang berjudul “History of Football on Tv” menuliskan bahwa penyiaran sepak bola pertama di televisi dimulai pada tahun 1936. Lagi-lagi lembaga penyiaran asal Inggris BBC mencatatkan namanya sebagai stasiun pertama yang menayangkan pertandingan sepak bola di televisi, setelah sebelumnya BBC berhasil menjadi yang pertama dalam menyiarkan sepak bola di radio. Pertandingan sepak bola pertama yang disiarkan pertama kali pada saat itu adalah

laga pembuka First Division Championship musim 1936/1937 yang dimainkan oleh Arsenal dan Everton di kandang Arsenal, stadion Highbury, London. Ujicoba penayangan itupun berjalan sukses walaupun hanya bisa disaksikan di televisi rumah yang jaraknya dekat dengan stadion. Dua tahun berikutnya laga antar negara pertama kali tayang di televisi yang melangsungkan Inggris melawan Skotlandia, namun pada saat itu teknologi yang digunakan masih terbatas, Alfa Mandalika (2016). Akibatnya, siaran hanya dapat ditangkap di sekitar London saja.



**Gambar 1.3** Ilustrasi menonton pertandingan sepak bola melalui televisi di awal masa penyiaran sepak bola

Sumber : whoateallthepies.tv

Setelah perang dunia dua usai, teknologi penyiaran mengalami perkembangan signifikan. Radius (2018) dalam artikelnya yang berjudul “Momen

Siaran Televisi Perdana Dunia” menuliskan bahwa Piala Dunia 1954 merupakan piala dunia pertama yang bisa dinikmati tanpa datang langsung ke stadion. Walaupun piala dunia 1954 adalah Piala Dunia pertama yang disiarkan secara masif, namun pada saat itu televisi belum menjadi teknologi yang populer di dunia. Pada saat itu televisi bukan barang yang umum dimiliki orang, dan hanya orang atau lembaga tertentu yang bisa mempunyai televisi. Harga televisi yang cukup mahal pada saat itu menjadi faktor mengapa televisi jarang dimiliki banyak orang.



**Gambar 1.4** Cuplikan Piala Dunia 1954, Piala Dunia pertama yang disiarkan di televisi

Sumber : Screenshot youtube fifa tv

Pertandingan Piala Dunia 1954 hanya disiarkan melalui televisi khusus yang dimiliki lembaga-lembaga tertentu. Sedangkan potongan tayangannya akan ditayangkan sebagai footage yang terpisah. Meski penayangan pada saat itu

memiliki banyak kekurangan piala dunia 1954 ini merupakan cikal bakal penyiaran pertandingan sepak bola yang disiarkan secara luas. Seiring berjalannya waktu penyiaran terus mengalami improvisasi dan televisi semakin marak digunakan. Belakangan, televisi hitam putih mulai ditinggalkan dan orang-orang cenderung menggunakan televisi berwarna untuk mendapatkan visual yang lebih baik. Setelah itu penyiaran sepak bola mengalami kemajuan yang signifikan setelah hadirnya televisi berlangganan. Televisi berlangganan yang pertama kali hadir di Indonesia adalah Indovision, yang sekarang lebih dikenal sebagai MNC Vision. Dilansir langsung oleh siaran pers MNC (2014) yang berjudul “20 Tahun Indovision” dikatakan bahwa Indovision sudah mulai beroperasi pada 1994, Indovision merupakan televisi berlangganan yang menyiarkan banyak stasiun televisi mancanegara, tidak terkecuali olahraga, terutama sepak bola.



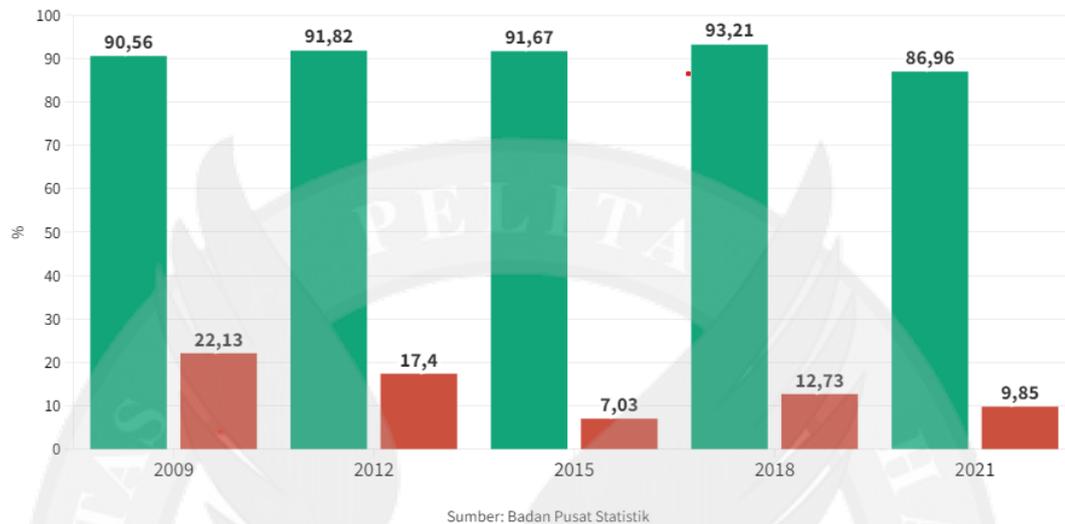
**Gambar 1.5** Liga-liga top eropa yang pernah ditayangkan oleh tv berlangganan indovision

Sumber : @TV\_Indovision

Setelah berdirinya Indovision banyak perusahaan televisi berlangganan hadir untuk menawarkan tayangan sepak bola yang lebih menarik dan lebih lengkap. Di antara perusahaan televisi berlangganan tersebut terdapat FirstMedia, NexMedia, OkeVision, UseeTV, dan masih banyak perusahaan lainnya.

Pada tanggal 2 November 2022 Indonesia secara resmi menghentikan siaran televisi analog dan mulai beralih ke televisi digital. Hal ini menyebabkan kurangnya minat pecinta sepak bola untuk menonton sepak bola di televisi. Bahkan kurangnya antusias masyarakat untuk menonton televisi sudah berkurang sebelum migrasi dari tv analog ke tv digital dilakukan. Dilansir oleh badan pusat statistik (2022), data pada gambar 1.6 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat terhadap televisi pada tahun 2018 berada di angka 93,21%. Hanya dalam kurun waktu 3 tahun berikutnya, yakni pada tahun 2021, jumlah masyarakat yang menonton televisi turun menjadi 89,96%. Itu artinya televisi kehilangan sekitar 6% penonton. Hal ini dikuatkan oleh pernyataan Iman Brotoseno yang menyebutkan bahwa dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang jumlah penonton televisi mengalami penurunan (Aritonang, 2023).

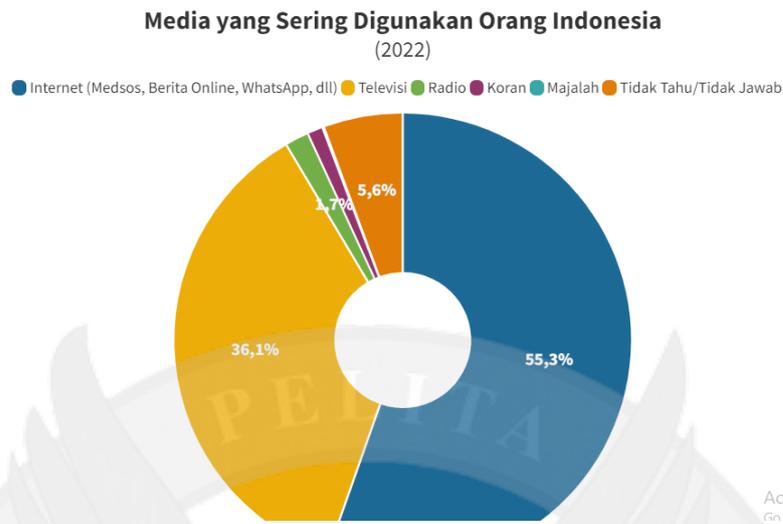
Persentase Penduduk yang Menonton TV dan Mendengarkan Radio dalam Seminggu Terakhir (2009-2021)



**Gambar 1.6** Persentase penonton televisi dan radio dari tahun 2009-2021, hijau (televise), merah (radio)

Sumber : DataIndonesia.Id

Bahkan menurut Karnadi (2022) 55,3% masyarakat Indonesia lebih memilih internet sebagai media yang paling sering digunakan. Hanya 36,1% dari responden dari penelitian Karnadi yang sering menggunakan televisi. Itu artinya tidak sampai setengah penduduk Indonesia sudah jarang menggunakan televisi.

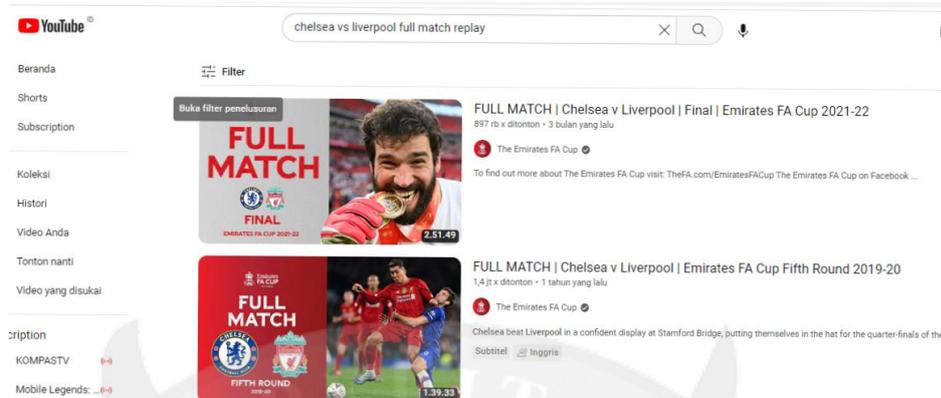


**Gambar 1.7** Data media yang sering digunakan orang Indonesia

Sumber : DataIndonesia.Id

Septian Galuh Hujianto (2020) dalam artikelnya yang berjudul “Sepak Bola Dalam Pusaran Pembangunan” menuliskan bahwa penggemar sepak bola akan cenderung menonton siaran sepak bola menggunakan media yang mereka rasa tepat. Kurangnya minat penggemar sepak bola untuk menonton siaran sepak bola di televisi dikarenakan perusahaan *streaming* yang mengambil alih hak siar penuh. Hal ini menyebabkan pertandingan yang ditayangkan di televisi tidak selengkap yang ada pada layanan *streaming* tersebut. Hal ini juga yang mendorong penggemar sepak bola untuk mencari media lain seperti berlangganan *streaming* berbayar atau bahkan menggunakan *streaming* ilegal, ketimbang menonton gratis di televisi yang dinilai tidak lengkap. Walaupun begitu, penyiaran sepakbola tetap mengalami perbaikan, improvisasi, dan kemajuan yang cukup pesat. Terlebih lagi di zaman sekarang yang sudah canggih dan serba

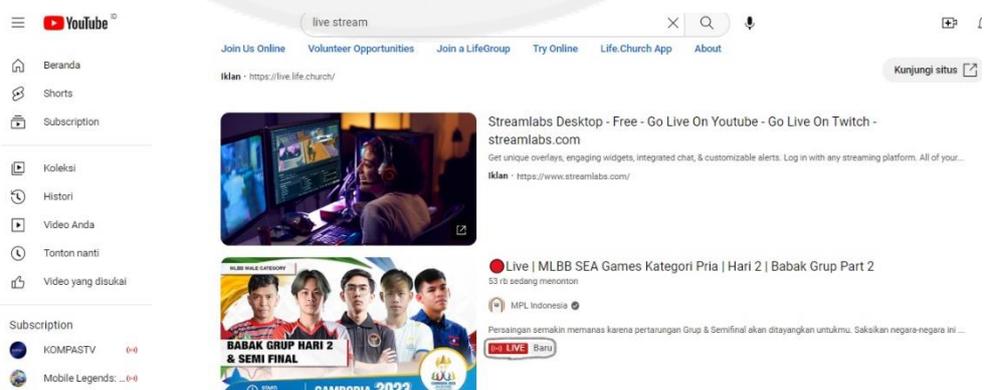
teknologi, para penggemar sepakbola dipaksa beradaptasi dengan situasi dan kondisi yang semakin berubah. Menonton pertandingan sepak bola sekarang tentunya sudah tidak bisa disamakan dengan menonton sepak bola pada 100 tahun yang lalu. Untuk saat ini salah satu cara yang marak dilakukan untuk menonton sepak bola adalah menggunakan layanan *streaming*. Umumnya layanan *streaming* merupakan layanan yang berbayar, namun tidak sedikit layanan *streaming* gratis juga tersedia, bahkan ada juga *streaming* ilegal. Istilah "*streaming*" menurut kamus bahasa inggris "Collins Dictionary" sering digunakan untuk menggambarkan praktik mengunggah dan memutar file multimedia tanpa mengunduhnya terlebih dahulu. Dilihat dari jenisnya, terdapat 2 jenis *streaming* yang disediakan oleh banyak perusahaan *streaming*, yaitu *streaming* pra-rekaman dan real-time. *Prerecorded Streaming* adalah jenis *streaming* yang melibatkan perekaman dan penyimpanan video atau materi sebelum disiarkan. Setelah disimpan barulah barulah pelanggan dapat melakukan akses pada konten tersebut, contoh sederhananya adalah kebanyakan video yang ada pada youtube merupakan *Prerecorded Streaming*, karena video yang diunggah merupakan video yang tidak langsung disiarkan, melainkan video yang direkam terdahulu lalu disimpan dan disebarluaskan di channel youtube itu sendiri.



Gambar 1.8 Contoh Video prerecord pada youtube

Sumber : Youtube

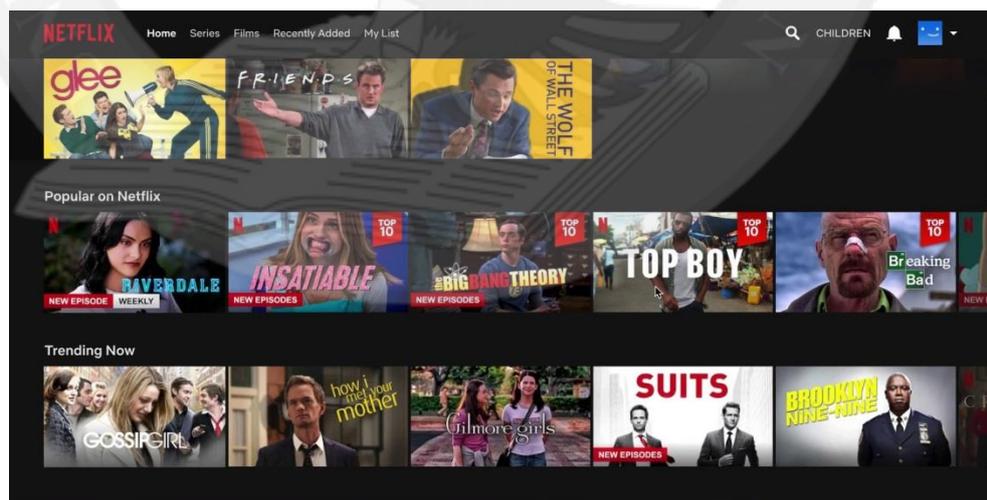
*Streaming* langsung secara konseptual identik dengan siaran televisi langsung; dalam kedua kasus, penyedia konten terlibat dalam operasi perekaman dan mengirimkan segera menggunakan media yang tersedia. Contohnya, seperti terlihat pada gambar di bawah ini, Pada lingkaran abu abu terdapat *keyword* “*LIVE*”. Itu artinya video tersebut sedang disiarkan secara langsung dan dapat disaksikan secara langsung oleh pengguna youtube yang mengklik video tersebut.



**Gambar 1.9** Contoh Video LiveStream pada youtube

Sumber : Youtube

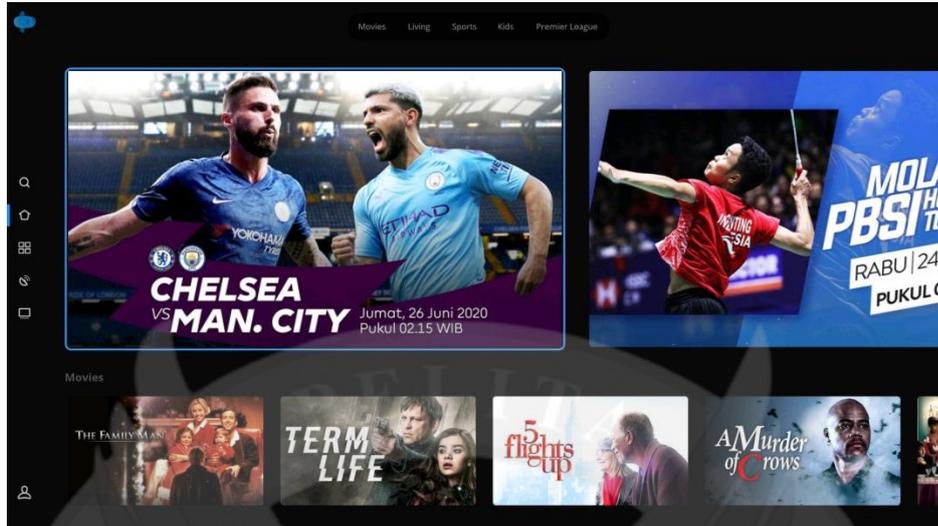
Dilansir CNN Indonesia (2020) dalam artikelnya yang berjudul “Jejak Kehadiran Layanan *Streaming* di Indonesia” tercatat industri *streaming* sudah berjalan lebih dari 20 tahun lamanya. Layanan *streaming* komersil pertama dibuat pada tahun 1997 dengan nama Starworks, atau kini lebih dikenal dengan nama netflix, barulah setelah itu banyak perusahaan *streaming* bermunculan. Tercatat pada 2010 sudah ada sejumlah layanan *streaming* di amerika serikat, seperti, Netflix, hulu, dan youtube. Ada banyak konten yang bisa dilihat pada layanan *streaming* ini namun yang cukup membuatnya populer adalah film yang semula hanya bisa dilihat di bioskop kini juga bisa dilihat di layanan *streaming* seperti Netflix.



**Gambar 1.10** Beranda awal Netflix yang menampilkan konten hiburan pada layanan *streaming* tersebut

Sumber : Screenshoot home netflix

Pada saat itu di Indonesia masyarakat masih kerap mencari VCD/DVD bila ingin kembali menyaksikan film atau serial yang pernah ditonton. Tahun 2016 adalah titik awal kehadiran layanan *streaming* di Indonesia. Seiring perkembangan konsumen yang menjadi cukup konsumtif, layanan *streaming* pun tidak hanya berfokus pada 1 konten hiburan, melainkan juga melebar ke konten-konten hiburan lainnya, seperti musik, podcast, reality show, bahkan olahraga sekalipun, pelebaran konten ini lah yang menjadi cikal bakal sepak bola bisa memasuki konten *streaming* berbayar yang cukup diminati. Pada tahun 2019 untuk pertama kalinya sejak sekian tahun Liga Inggris disiarkan di media *streaming* asal Indonesia, MOLA TV mengambil alih hak siar penuh dalam penyiaran Liga Inggris di Indonesia, alhasil penggemar sepak bola secara tidak langsung dipaksa beralih untuk berlangganan *streaming* berbayar MOLA TV agar bisa terus menikmati tayangan sepak bola Liga Inggris, walau begitu fitur yang ditawarkan cukup variatif, karena pelanggan tidak hanya bisa menonton pertandingan secara langsung namun pelanggan juga bisa menikmati fitur after match dan juga tayangan ulang yang sudah disiarkan.



**Gambar 1.11** Home Page MOLA TV yang pada saat itu masih menyiarkan Liga Inggris

Sumber : Screenshot home MOLA TV

Sejak saat itu penayangan sepak bola di perusahaan *streaming* semakin digandrungi penggemar sepak bola. di tahun tahun berikutnya semakin banyak perusahaan *streaming* bersaing dengan cara memiliki hak siar agar bisa memiliki pelanggan lebih banyak, seperti contohnya Vidio yang mengakuisisi tidak hanya hak siar liga inggris pada tahun 2022 namun juga keseluruhan kompetisi UEFA, La Liga, turnamen cup beberapa negara, bahkan event tersohor dunia yakni Piala Dunia. Pada saat itu Vidio benar-benar menyingkirkan pesaingnya MOLA TV. Setelahnya, menonton sepak bola melalui *streaming* berbayar pun terus digandrungi walaupun di tengah hadirnya *streaming* ilegal.



**Gambar 1.12** Sebuah poster iklan dari Vidio yang menayangkan pertandingan liga-liga top eropa

Sumber : Vidio.com

Di tengah banyaknya pilihan untuk menikmati pertandingan sepak bola penggemar sepak bola melihat ini sebagai pilihan yang menguntungkan. Hal itu tidak luput dari banyaknya cara untuk menonton tim ataupun klub kesayangannya bertanding. Berbagai cara untuk menikmati sepak bola pada saat ini bisa dibilang cukup beragam, seperti berlangganan layanan *streaming*, menonton di tv (digital maupun berlangganan) bahkan mendengarkan pertandingan di radio yang terdengar kuno pun masih bisa dilakukan. Bahkan ada pula yang menggunakan *streaming* ilegal yang dilarang dan bisa dipidanakan. Tentunya setiap penggemar memiliki alasan masing-masing atas pilihannya. Oleh karena itu pada penelitian

ini penulis ingin berfokus pada perspektif penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menonton pertandingan sepakbola.



**Gambar 1.13** Ilustrasi penggemar sepak bola di Indonesia

Sumber : Okezone.com Heru Haryono

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Setelah menuliskan gambaran umum mengenai topik yang sedang peneliti teliti, serta fokus apa yang ingin peneliti utamakan, maka pada bagian ini peneliti berusaha untuk menuliskan lebih jauh mengenai masalah apa dari topik di atas yang akan peneliti pecahkan melalui penelitian ini. Menurut Amin (2003) proses identifikasi masalah melibatkan upaya untuk memikirkan sebanyak mungkin pertanyaan tentang suatu masalah yang dapat memiliki solusi, kemudian menuliskannya. Masalah yang akan peneliti teliti sudah sedikit disinggung pada sub-bab sebelumnya. Masalah yang paling utama adalah untuk mengetahui apakah di zaman yang sudah serba modern ini media baru benar-benar sudah menggeser media lama dalam hal penyiaran sepak bola? Atau bahkan sebaliknya?

Selain itu mengetahui dan memahami perilaku dari perspektif penggemar sepak bola dan juga akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Mengetahui kelebihan serta kekurangan dari pilihan penggemar akan menjadi temuan dan informasi tambahan dalam penelitian ini. Selain itu peneliti ingin mengetahui apakah penggemar sepak bola yang cukup selektif dalam memilih media untuk menonton siaran sepak bola akan memengaruhi tingkat kepuasannya dalam menonton siaran sepak bola? Peneliti juga tentunya ingin mencari tahu cara apa saja yang dilakukan penggemar sepakbola untuk melihat atau menikmati tim kesayangannya bertanding. Penulis juga berusaha untuk memahami perspektif penggemar sepak bola yang kurang baik di mata orang orang.

Di zaman yang serba modern ini, tentunya sudah banyak penggemar sepak bola yang menggunakan layanan *streaming* untuk menyaksikan tim kesayangannya bertanding. Dengan mengumpulkan informan yang ada peneliti ingin mengetahui cara apa saja yang dilakukan penggemar sepakbola untuk menonton tim kesayangannya bertanding. Selain itu walaupun penggemar punya pilihan masing-masing peneliti juga ingin mencari tahu apa saja cara alternatif yang ditempuh penggemar sepak bola kala media pilihannya mengalami kendala atau gangguan. Penelitian ini cukup menarik bagi peneliti untuk diteliti karena pada penelitian sebelumnya masih belum banyak yang membahas hal serupa. Oleh karenanya tentunya jawaban dari hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk penelitian berikutnya dan bagi siapapun yang ingin melakukan penelitian yang serupa. Walaupun sudah ada penelitian terdahulu yang terkait namun hasil penelitiannya masih belum memecahkan pertanyaan yang ada pada judul

penelitian ini. Peneliti juga berpendapat bahwa mengungkap perspektif penggemar sepak bola dapat membantu masyarakat menambah wawasan serta pengetahuan, selain itu bisa hasil dari penelitian ini bisa membeberkan kelebihan serta kekurangan dari setiap media pilihan penggemar sepakbola.

Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini mungkin akan menjawab berbagai spekulasi maupun pertanyaan yang ada di benak masyarakat tentang perspektif penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menikmati pertandingan sepakbola. Adapun peneliti menetapkan batas waktu penelitian ini dari periode Februari 2023-Mei 2023. Sedangkan tempat penelitian dibatasi pada sekitar wilayah Jakarta saja. Selain itu karena penelitian ini bersifat kualitatif, peneliti memilih informan yang merupakan penggemar sepakbola di Indonesia yang juga merupakan pecinta ataupun penikmat sepak bola. Dalam identifikasi masalah pada penelitian ini penulis merangkum poin-poin menjadi berikut :

1. Belum diketahui apa pertimbangan penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menonton sepak bola
2. Belum diketahui bagaimana proses penggemar sepak bola dalam memilih media pilihan mereka untuk menonton sepak bola
3. Fokus dalam memilih media untuk menonton sepak bola belum teridentifikasi, apakah hanya sekedar mengikuti trend ? Atau ada alasan tertentu.
4. Belum diketahui kelebihan serta kekurangan dari media yang dipilih oleh penggemar sepak bola

5. Belum diketahui Pengalaman penggemar sepak bola selama menikmati media pilihan mereka.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Mengacu pada hasil dari proses identifikasi masalah yang dikemukakan oleh peneliti, maka peneliti mengutip uraian yang telah tercantum di latar belakang, oleh karena itu dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi pertimbangan penggemar sepak bola dalam memilih media agar dapat menonton siaran sepak bola?
2. Apakah di era media baru penggunaan media lama masih mendominasi? Atau sebaliknya? Apa yang menjadi faktornya?
3. Apakah penggemar sepak bola tetap puas terkait dengan media pilihannya untuk menonton siaran sepak bola terlepas dari kekurangannya? Jika iya apa yang menjadi penyebabnya?
4. Bagaimana penggemar sepak bola menilai media pilihan mereka?

Melalui permasalahan di atas maka peneliti merumuskan masalah pokok yang ada, yaitu bagaimana memahami perilaku dari perspektif penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menonton pertandingan sepak bola

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Di tengah gempuran media baru seharusnya penggunaan media baru akan lebih mendominasi ketimbang media lama. Melalui penelitian ini ditemukan hasil

yang memperlihatkan media seperti apa yang digandrungi oleh penggemar sepak bola. Hasil dari penelitian ini juga menjawab apakah di tengah gempuran media baru penggunaan media lama sudah ditinggalkan sepenuhnya, atau bahkan sebaliknya. Penilaian dari penggemar sepak bola itu diharapkan memberikan pencerahan baru terhadap penggemar lainnya agar lebih mudah dalam memilih media untuk menonton siaran sepak bola. Diharapkan dengan penelitian ini akan ditemukannya jawaban dari setiap rumusan dan pertanyaan penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya. Selain itu tujuan lainnya adalah agar penelitian ini bisa melengkapi penelitian terkait yang sudah ada sebelumnya.

### **1.5. Signifikansi Penelitian**

Pengklasifikasian dari signifikansi penelitian merupakan bagian yang krusial dan penting, dan pastinya berdampak pada pencapaian dari tujuan penelitian. Makna signifikansi pada umumnya terdiri dari signifikansi ilmiah yang ditujukan kepada pengembangan ilmiah atau penggunaan teoritis. Signifikansi praktis, yakni membantu memecahkan dan mengidentifikasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti. Artinya, maksud penelitian ini dibuat adalah agar diterima oleh khalayak dan bermanfaat untuk kepentingan bersama. Yang mana judul penelitian adalah Perspektif Penggemar Sepak Bola dalam Memilih Media untuk Menonton Siaran Sepak Bola.

Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat melahirkan sebuah pencapaian dan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dari komunikasi terkait dengan perspektif penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menonton

siaran sepak bola. Di dalam penelitian ini, tentu dapat dijadikan sebuah acuan dan *insight* bagi penggemar sepak bola lainnya yang sedang memilih media terbaik mereka untuk menonton sepak bola, adapun manfaat yang sudah peneliti ringkas yaitu tercantum seperti berikut :

1. Manfaat akademis (sebagai objek pembantu untuk memperdalam konsep-konsep yang belum matang serta penelitian yang butuh memahami sudut pandang ataupun persepsi. selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memiliki dampak terkait munculnya konsep ataupun teori komunikasi dan penerimaan komunikasi yang baru, yang mungkin nantinya bisa berdampak dalam perkembangan teori-teori dan konsep-konsep komunikasi, terutama komunikasi terkait media dan platform).
2. Manfaat praktis (diharapkan bisa memecahkan suatu studi kasus yang terjadi. dalam penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran yg kelak berguna suatu saat serta membantu penggemar sepak bola mempunyai insight baru yang nantinya akan berguna dalam memahami persepsi serta sudut pandang penggemar sepak bola dalam memilih media untuk menonton pertandingan sepakbola ).

### **1.6. Penelitian Terdahulu**

Sebelum memulai bab 2 yang akan membahas tentang pengkaitan teori dengan penelitian ini peneliti akan mengakhiri bab 1 ini dengan penelitian terdahulu yang bertujuan untuk menjadikan jurnal, penelitian ataupun artikel

terkait sebagai petunjuk dan juga bukti bahwa penelitian yang sudah ada sebelumnya berbeda dengan penelitian ini. Ada banyak penelitian tentang masalah terkait, dan untuk membuktikan kebaruan judul tesis, penting untuk meninjau karya-karya yang sangat sebanding baik dari segi topik maupun objek. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk memeriksa perbedaan dan membuat penyesuaian yang diperlukan. Tesis, jurnal, dan arsip makalah penelitian lainnya menyediakan sumber berikut untuk studi lebih lanjut:

1. Penelitian pertama yang berjudul, "*A Conceptual Model for Understanding the Impact of Mobile Technology on Football Fans*" oleh Ediz Akcayir (2018) dan Sutharssan Suthaharan (2018). Penelitian ini membahas tentang model konseptual untuk memahami dampak teknologi seluler pada penggemar sepak bola. Studi ini dilakukan dengan metode literatur review. Studi ini dilakukan dengan metode literatur review, yaitu dengan melakukan analisis terhadap berbagai artikel, buku, dan dokumen terkait dampak teknologi seluler pada penggemar sepak bola. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi seluler memiliki potensi besar untuk mengubah cara penggemar sepak bola mengonsumsi, berpartisipasi, dan berinteraksi dengan konten terkait sepak bola. Selain itu, penelitian ini juga mengembangkan model konseptual untuk memahami dampak teknologi seluler pada penggemar sepak bola. Model ini terdiri dari empat dimensi, yaitu: konten, interaksi, partisipasi, dan pengalaman. Model ini dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk pengembangan aplikasi dan layanan teknologi seluler yang lebih baik untuk penggemar sepak bola.

2. Jurnal yang ditulis oleh Evens dan Lefever pada tahun 2011 dengan judul penelitian yaitu *“Watching the Football Game: Broadcasting Rights for the European Digital Television Market”*. Jurnal tersebut ditulis menggunakan metode kualitatif secara deskriptif serta melakukan pengumpulan data primer. tentang hak siar untuk pertandingan sepak bola di pasar televisi digital Eropa. Penulis melakukan studi kasus tentang hak siar Liga Champions UEFA di Belgia, Prancis, Italia, Spanyol, dan Inggris. Mereka menganalisis perubahan yang terjadi pada hak siar di pasar televisi digital dan dampaknya pada industri televisi dan sepak bola. Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa hak siar sepak bola di pasar televisi digital Eropa telah berubah secara signifikan selama dua dekade terakhir. Terdapat persaingan yang ketat di antara operator televisi digital untuk mendapatkan hak siar sepak bola dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan mereka. Penulis juga menemukan bahwa klub sepak bola telah menjadi semakin bergantung pada pendapatan dari hak siar, dan hal ini memengaruhi strategi mereka dalam hal memperkuat tim dan membawa pemain bintang. Penulis juga membahas tantangan yang dihadapi oleh industri televisi dan sepak bola dalam menghadapi perubahan hak siar. Mereka menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara kepentingan komersial dan kepentingan penggemar sepak bola dalam menjual hak siar. Penulis menunjukkan bahwa salah satu solusi untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan mengadopsi model berlangganan untuk menonton pertandingan sepak bola secara langsung di media digital. Kesimpulannya, penelitian ini memberikan pandangan yang

menarik tentang perubahan hak siar di pasar televisi digital Eropa dan dampaknya pada industri televisi dan sepak bola. Penulis memberikan rekomendasi tentang bagaimana industri ini dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan menjaga keseimbangan antara kepentingan komersial dan kepentingan penggemar sepak bola.

3. Penelitian ketiga yang berjudul, "*The Influence of Social Media on the Way Football Fans Consume Football-Related Content*" oleh Andreas Hebbel-Seeger dan Stefan Chatrath diterbitkan pada tahun 2017 di jurnal *International Journal of Sport Communication*. Studi ini dilakukan di Jerman dan menggunakan metode survei online terhadap 421 responden penggemar sepak bola. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar pada cara penggemar sepak bola mengonsumsi konten terkait sepak bola. Penggemar sepak bola menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang pertandingan, pemain, dan klub sepak bola. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk berbagi konten terkait sepak bola dan berinteraksi dengan penggemar sepak bola lainnya. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak sepenuhnya menggantikan konsumsi konten sepak bola melalui media tradisional seperti televisi dan radio. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam konsumsi konten terkait sepak bola bagi penggemar sepak bola, dan klub sepak bola dan media harus memperhatikan ini dalam pengembangan strategi pemasaran dan komunikasi mereka.

4. Penelitian "*Motivations and Barriers of Football Fans to Watch Matches in Stadiums and on TV: A Study from Turkey*" oleh Ozan Bakir dan Mustafa Utku Ozmen diterbitkan pada tahun 2018 di jurnal *Journal of Global Sport Management*. Studi ini dilakukan di Turki dan menggunakan metode survei online terhadap 327 responden penggemar sepak bola. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan, kualitas siaran, dan biaya adalah faktor yang mempengaruhi keputusan penggemar untuk menonton pertandingan di televisi. Sementara itu, kepuasan emosional dan sosial adalah faktor yang mempengaruhi keputusan penggemar untuk menonton pertandingan di stadion. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa hambatan seperti biaya dan jarak menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan penggemar untuk tidak menonton pertandingan di stadion. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggemar untuk menonton pertandingan di stadion atau di televisi dipengaruhi oleh faktor yang berbeda, dan klub sepak bola dan penyedia siaran televisi harus memperhatikan faktor-faktor ini dalam pengembangan strategi pemasaran dan komunikasi mereka.
5. Lebih lanjut riset yang dilakukan oleh Gerhardt pada tahun 2006 dengan judul "*Moving Closer to the Audience: Watching Football on Television*" dimana penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif serta teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak penikmat sepakbola memilih TV sebagai sarana

menonton sepakbola, adapun layanan *streaming* kurang diminati karena harus mengeluarkan biaya yang lebih mahal dari sekedar menonton televisi.

6. Kemudian hasil riset dari Fauzan pada tahun 2014 dengan judul riset “Motif Mahasiswa Menonton Tayangan Sepak Bola Di Televisi (Studi Pada Tayangan Liga Inggris Pada Mahasiswa Fans Club Chelsea Di Kota Malang)” dimana menggunakan metode kualitatif serta teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa fans club Chelsea di kota Malang mempunyai motif mendukung tim kesayangannya saat menonton pertandingan klub Chelsea.
7. Pada riset yang dilakukan oleh Setiawan et al (2022) dengan judul “Pengaruh Adanya Program Liga Champions Eropa pada Platform Vidio terhadap Minat Menonton Pertandingan Sepakbola Berbasis *Streaming*” dimana riset dilakukan secara kuantitatif dengan metode survei yakni kuesioner yang disebarkan melalui Google Form pada 400 sampel. Hasil riset menunjukan bahwa program acara Liga Champions Eropa yang tersedia di layanan *streaming* Vidio memberikan dampak yang signifikan pada minat menonton tayangan sepak bola berbasis *streaming* sebesar 51,6%. sisanya 48,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar dari hal yang diteliti pada penelitian ini.
8. Cendra (2017) dengan judul riset “Pengaruh Menonton Pertandingan Sepakbola di Televisi terhadap Perilaku Sosial Anak dalam Bermain Sepakbola” dimana penonton berat dan penonton ringan dibandingkan dengan menggunakan pendekatan studi kausal ex post facto dalam paradigma

penelitian kuantitatif. Temuan penelitian menyoroti perbedaan penting antara perilaku sosial penonton sepak bola yang rajin dan biasa.

Jika temuan analisis literatur merupakan indikasi, fokus studi ini akan tertuju pada bagaimana penggemar sepak bola membuat keputusan tentang di mana dan bagaimana mereka menyaksikan siaran pertandingan sepak bola, dengan penekanan pada media yang dipilih. Pertama, penelitian ini berbeda dari yang lain karena lebih menekankan pada komponen yang sebelumnya kurang mendapat perhatian yakni perspektif penggemar sepak bola. Kedua, penelitian ini menguji validitas variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya dengan objek yang baru dan berbeda. Ketiga, penelitian ini berbeda dari yang lain dalam banyak hal, termasuk lokasi, periode, populasi, dan sampel penelitian.