

**STRATEGI KOMUNIKASI KELOMPOK PUNK FOOTBALL DALAM
AKTIVISME SOSIAL: STUDI PADA RIVERSIDE FOREST FC DAN
KELOMPOK SUPORTER BIRD DEATH BRIGADE**



Skripsi

Disusun Oleh:

Aditya Lathif Qamar Ra'if

21321054

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI KELOMPOK PUNK FOOTBALL DALAM
AKTIVISME SOSIAL: STUDI PADA RIVERSIDE FOREST FC DAN KELOMPOK
SUPORTER BIRD DEATH BRIGADE**



الجامعة الإسلامية
الاستدراك الباندو

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KELOMPOK PUNK FOOTBALL DALAM
AKTIVISME SOSIAL: STUDI PADA RIVERSIDE FOREST FC DAN KELOMPOK
SUPORTER BIRD DEATH BRIGADE

Disusun oleh:

ADITYA LATHIF QAMAR RA'IF
21321054

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 30 Juli 2025

Dewan Penguji:

1. Ketua : Naravana Mahendra Prastya,
S.Sos, M.A.
NIDN 0520058402 (.....)
2. Anggota : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,
M.A.
NIDN 0512048302 (.....)

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



NIDN: 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aditya Lathif Qamar Ra'if

Nomor Mahasiswa : 21321054

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini, saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 16 Juni 2025



(Aditya Lathif Qamar Ra'if 21321054)

MOTTO

“Tugas kita hanyalah memperbaiki, bukan pasrah dan sedih berlarut-larut”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Semoga segala pengetahuan yang saya dapatkan melalui perjalanan penelitian ini bermanfaat, baik bagi diri saya sendiri, keluarga, masyarakat, maupun agama.

Karya ini saya persembahkan kepada:

Orang tua saya

Bapak Tita Isoni dan Ibu Rita Indriani

Adik-adik saya

Nashwa dan Ibra.

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi UII

Seluruh Dosen beserta staf prodi ilmu komunikasi dan teman-teman Angkatan 2021

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan karya saya, skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Kelompok Punk Football dalam Aktivisme Sosial: Studi Pada Riverside Forest FC dan Kelompok Suporter Bird Death Brigade”**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Kelancaran pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini izinkan saya untuk bisa mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya dan sebagai bentuk penghargaan kecil karena banyak orang disekitar saya yang selalu sayang dan selalu mendukung saya dikala menghadapi rintangan serta selalu ada dalam suka dan duka, terutama kepada orang yang saya cintai:

1. Orang tua saya yang selalu mendukung dalam segala aspek dan mendoakan untuk segala kelancaran saya.
2. Dr. Zaki Habibi., M.Comms, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
3. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A., selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan banyak waktu untuk bisa mengadakan konsultasi dan membimbing saya selama masa penyusunan skripsi.
4. Dr. Zaki Habibi., M.Comms, selaku dosen Pembimbing akademik saya
5. Seluruh dosen serta staf Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selalu membantu saya dalam mengurus tugas akhir saya.
6. Seseorang yang selalu ada untuk saya, setia mendengar keluh kesah saya dari awal pembuatan skripsi hingga saat ini, senantiasa mencari solusi bersama di setiap kendala perkuliahan, dan selalu memotivasi saya untuk menyusun skripsi ini sampai tuntas. ~R~
7. Sahabat-sahabat saya yang menemani proses pembuatan skripsi ini untuk saling mendukung.

Serta semua teman-teman yang saya sayangi yang tidak bisa saya sebut satu-persatu. Besar harapan saya skripsi ini dapat berguna bagi para penulis selanjutnya dan dapat berguna bagi para pihak yang bersangkutan pada penelitian ini. Bagi para pihak yang telah

mendukung dan mendoakan saya, semoga amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah SWT. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 Juli 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aditya Lathif Qamar Ra'if', written over a diagonal line.

Aditya Lathif Qamar Ra'if

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Kerangka Teori.....	8
F. Metode Penelitian	20
1. Jenis Penelitian	20
2. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	23
A. Riverside Forest FC	23
1. Sejarah Riverside Forest FC.....	23

2. Visi dan Misi Riverside Forest FC	23
3. Struktur dan Pengelolaan	24
B. Birds Death Brigade	25
1. Sejarah Birds Death Brigade	25
2. Visi dan Misi Birds Death Brigade	26
3. Struktur dan Pengelolaan	26
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. Gerakan Sosial	27
B. Gerakan Sosial Lewat Entitas Sepakbola	36
C. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial	40
D. Dinamika Riverside Forest FC dalam sepakbola Indonesia	51
E. Strategi Komunikasi	52
1. Formative Research	54
2. Strategy	55
3. Tactics	55
4. Evaluative Research	56
F. TRIANGULASI DATA	57
1. Gerakan Sosial dalam Entitas Sepak bola	58
2. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial	64
G. PEMBAHASAN	66
1. Gerakan Sosial	66
2. Gerakan Sosial Lewat Entitas Sepakbola	68
3. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial	70
4. Strategi Komunikasi	73
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Riverside Forest FC.....	23
Gambar 2.2 Struktur Riverside Forest FC.....	25
Gambar 2.3 Logo Birds Death Brigade.....	25
Gambar 3.1 Kegiatan Memperingati Hari Buruh (MayDay)	31
Gambar 3.2 Kegiatan Gerakan Sosial.....	32
Gambar 3.3 Media Sosial Instagram dan X Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade.....	33
Gambar 3.4 Postingan pada akun Instagram Riverside Forest FC.....	34
Gambar 3.5 Postingan terkait aksi Dago Melawan pada akun Instagram Riverside Forest FC	35
Gambar 3.6 Postingan akun X Birds Death Brigade terkait Aksi Sosial	36
Gambar 3.7 Laporan Hasil Cashflow Melalui Instagram.....	44
Gambar 3.8 Kegiatan Malam Keakraban.....	46
Gambar 3.9 Banner Tribun Supporter.....	47
Gambar 3.10 Gerakan Sosial Dalam Bentuk Flayer	47
Gambar 3.11 Gerakan Sosial Dengan Spanduk	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Narasumber	27
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara Kang Dinan (BDB)	83
Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara Kang Essa (RFFC)	90
Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara Bapak Faridhian	97
Lampiran 4. Surat Pengantar Pengambilan Data	100
Lampiran 5. Surat Balasan dari Pihak RFFC dan BDB.....	101
Lampiran 6. Dokumentasi Saat Pengambilan Data.....	102

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena aktivisme sosial dalam komunitas sepak bola, khususnya di kalangan klub amatir dan kelompok suporter. Pemilihan Riverside Forest FC dan kelompok suporter Birds Death Brigade didasarkan pada keterlibatan aktif mereka dalam isu sosial, terkhusus di Kota Bandung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dijalankan oleh kedua entitas dalam menyuarakan aktivisme sosial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun kesadaran sosial melalui sepak bola. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi dan media sosial. Pengumpulan data dilakukan pada periode Desember 2024 hingga Mei 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade melibatkan kombinasi komunikasi interpersonal, kampanye digital, dan kolaborasi komunitas dengan pendekatan inklusif, egaliter, dan partisipatif. Aktivisme mereka terbukti mampu menggerakkan publik dan mengadvokasi isu-isu sosial seperti penggusuran lahan dan keadilan lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa sepak bola dapat menjadi sarana strategis dalam menyuarakan perubahan sosial.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Aktivisme Sosial, Suporter Sepak Bola, Riverside Forest FC, Birds Death Brigade

ABSTRACT

This research is driven by the phenomenon of social activism within football communities, particularly among amateur clubs and their supporter groups. Riverside Forest FC and the supporter group Birds Death Brigade were selected due to their active involvement in social issues in Bandung. The research problem focuses on how communication strategies are implemented by these entities to promote social activism. The purpose of this study is to explore and analyze their communication strategies in raising social awareness through football. This study employs a qualitative approach with a case study method. Primary data were collected through interviews and observations, while secondary data came from documentation and social media. Data collection took place between December 2024 and February 2025. The findings reveal that Riverside Forest FC and Birds Death Brigade employ a blend of interpersonal communication, digital campaigns, and community collaboration with inclusive, egalitarian, and participatory approaches. Their activism has successfully mobilized public support and advocated for social issues such as land eviction and environmental justice. These findings highlight how football can serve as a strategic tool for promoting social change.

Keywords: *Communication Strategy, Social Activism, Football Supporters, Riverside Forest FC, Birds Death Brigade*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbagai hasil studi tentang gerakan sosial dipengaruhi dengan adanya beragam paradigma yang digunakan untuk memahami fenomena gerakan sosial yang terjadi dalam suatu masyarakat. Berbagai varian teoritik dan pendekatan perspektif tidak muncul dengan sendirinya, tetapi dikonstruksi berdasarkan dinamika bentuk dan model gerakan yang telah terjadi di masyarakat. Dinamika sosial gerakan inilah yang kemudian melahirkan beragam komunitas-komunitas intelektual studi terhadap gerakan sosial dengan beragam nya perspektif dan kemudian di antaranya saling mempengaruhi satu sama lain. Paradigma merupakan sebuah pendekatan yang digunakan oleh para ilmuwan untuk memahami sebuah pokok persoalan di bidang ilmu pengetahuan yang mereka geluti (Rusmanto, 2012, hal 1)

Secara umum gerakan sosial terlahir sebagai bentuk ketidakpuasan karena kebijakan yang ada. Bentuk keberhasilan gerakan sosial ditentukan dari sejauh mana perubahan kebijakan mampu mengakomodasi tuntutan atau partisipasi publik dalam perumusan kebijakan. Gerakan sosial merupakan bentuk pembukaan ruang-ruang penyaluran aspirasi publik sebagai bentuk protes demokratisasi. Gerakan sosial memiliki ciri-ciri, antara lain:

1. Terlibat dalam relasi konfliktual dengan lawan yang spesifik.
2. Hubungan dibentuk oleh jaringan informal yang solid.
3. Berbagi identitas bersama.

Adapun gerakan aktivisme di dalam dunia sepak bola dan supporter bisa dilihat dengan berbagai bentuk protes perlawanan, mulai dari koreo-koreo, spanduk kritikan yang dibentangkan di penjuru stadion, zine, bahkan nyanyian (Wiraharmana, 2023, hal. 40). Namun untuk membangun identitas ‘Perlawanan’ dalam aktivisme supporter, internalisasi komune budaya sangat patut diperhatikan oleh agen-agenya, yang sering kali didasarkan pada landasan agama, nasional, atau territorial, yang berfungsi sebagai reaksi defensif terhadap wacana atau gagasan sepakbola modern (Fitzpatrick & Hoey, 2022, hal. 1239).

Analisis studi kasus yang dilakukan Fitzpatrick & Hoey (2022) terhadap dinamika aktivisme supporter sepakbola di Inggris. Studi kasus yang pertama terfokus kepada salah satu klub Manchester United, “*Yanks Out*” merupakan nama julukan dari

kasus tersebut. Sejak awal tahun 1990-an hubungan antara klub dengan supporter mulai ada jarak, dikarenakan klub menaikkan harga tiket yang sangat fantastis untuk membayar renovasi stadion Old Trafford (When Saturday Comes, 1992). Langkah pengorganisasian massa tidak dapat terelakkan oleh penggemar Manchester United melalui asosiasi independen, media massa penggemar seperti fanzine Red News, Red Issue, dan United We Stand, sebagai sarana jaringan (Millward P and Poulton G, 2014). Pada tahun 1995, para penggemar membentuk IMUSA (Independent Manchester United Supporters Association) dan pada tahun 1998 bergabung dengan sekelompok pemegang saham bernama SUAM (Shareholders United Against Murdoch) dengan tujuan untuk menentang penjualan saham klub ke Rupert Murdoch dari BskyB. Penjelasan naratif tersebut sekaligus menjadi latar belakang pengorganisasian massa penggemar Manchester United untuk berkampanye menolak penjualan klub kepada keluarga Glazer pada tahun 2004. Taktik ataupun strategi yang digunakan cukup konvensional seperti demonstrasi, pendudukan, boikot, dan pemanfaatan media massa untuk menyatukan penggemar dan media arus utama (Lutz T, 2005).

Perjuangan para penggemar Manchester United masih dan tetap berlanjut hingga hari ini. Segala upaya bentuk kampanye kreatif terus mereka lakukan di bawah slogan *“Love United Hate Glazer”* dengan corak gerakan sosial baru. Mobilisasi sumber daya berupa jaringan yang kuat masih belum bisa membuahkan hasil. Namun dengan hal ini pengembangan tentang realita adanya tatanan sepak bola modern dalam cengkraman nilai-nilai neo-liberal menjadi momentum dialektis bagi klub dan juga penggemar.

Studi kasus kedua yang telah dituliskan oleh Fitzpatrick & Hoey, (2022) membahas tentang gerakan FSF (*Fans Supporting Foodbanks*) atau yang biasa dikenal gerakan dukungan penggemar sepak bola terhadap lembaga sosial non-profit yang mengadvokasikan pembagian makanan kepada yang membutuhkan secara cuma-cuma. Gerakan ini memiliki slogan *“Hunger Doesn’t Wear Club Colours”* yang dapat diartikan bahwa kelaparan tidak memandang dari klub manapun. Slogan tersebut mengindikasikan bahwa supporter sepak bola mampu mengakomodir gerakan ini sebagai gerakan solidaritas melawan tingkat kelaparan yang terjadi Inggris. Gerakan ini berlangsung pada tahun 2015 hingga 2021. Dilatarbelakangi oleh kepedulian antar kelompok supporter sepak bola terhadap kaum marjinal di Inggris yang sulit untuk memenuhi kebutuhan primernya (Fitzpatrick & Hoey, 2022, hal. 1241).

Aktivisme supporter yang terbentuk khususnya di Inggris dapat memberikan konstruksi partisipasi politis serta menjadi refleksi kekuatan akar rumput untuk mencoba

mentransformasi nilai-nilai neo-liberal yang ada di sepak bola modern dan di masyarakat. Peran aktivis yang berada di barisan penggemar sepak bola juga memiliki andil yang penuh dalam melakukan agitasi dan juga mobilisasi gerakan. Partisipasi suporter sepak bola terhadap isu sosial-politik membangkitkan lagi demokrasi partisipatif yang mulai luntur di masyarakat imbas dari meningkatnya apolitisasi di masyarakat.

Punk Football adalah bentuk perlawanan terhadap komersialisasi sepak bola, di mana para suporter mengambil alih kepemilikan dan pengelolaan klub mereka secara kolektif, demokratis, dan egaliter. Gerakan ini lahir dari keresahan atas dominasi pemilik modal yang mengubah sepak bola menjadi komoditas bisnis, terutama setelah era Liga Primer Inggris dan lonjakan hak siar televisi.

Gerakan punk football ini menegaskan bahwa sepak bola bukan sekadar bisnis, melainkan ruang kolektif berbasis komunitas dan solidaritas. Meski diwarnai tantangan, model ini memberi alternatif nyata terhadap sepak bola korporasi menghadirkan kembali makna sepak bola sebagai milik publik, bukan sekadar tontonan mahal yang diatur pemilik modal.

FC United of Manchester lahir dari penolakan terhadap pengambilalihan Manchester United oleh Malcolm Glazer. Klub ini menerapkan prinsip demokrasi penuh di mana keputusan diambil oleh suporter, termasuk soal harga tiket, kebijakan sponsor, dan kebijakan klub (Correia, 2018). Hal ini selaras dengan konsep yang Riverside Forest FC terapkan. Pemilihan Riverside Forest FC dan kelompok suporter Birds Death Brigade, dikarenakan ada sesuatu yang unik ketika melihat klub sepakbola tetapi juga bisa menjadi wadah didalam gerakan sosial. Ada kesamaan antara Riverside Forest FC dan FC United Of Manchester misalnya, para suporter memutuskan untuk menolak semua iklan di jersey. FC United juga bekerja keras mengembangkan program aksi sosial bagi para narapidana, anak-anak sekolah dan kaum muda kurang mampu di pinggiran kota Manchester. 'Klub kami, aturan kami', seperti yang sering ditampilkan Red Rebels di tribun mereka.

Riverside Forest FC adalah klub sepakbola amatir dari Kota Bandung, Jawa Barat, dia didirikan oleh para pendukungnya sendiri yang disebut Bird Death Brigade. Selama proses pembentukannya klub Riverside Forest FC mengutamakan egaliter. Dalam proses pembentukan klub, manajemen, pemain, sponsor, dan pendukung semuanya bertindak setara. Untuk membantu klub berkembang dan maju, setiap orang memiliki hak yang sama untuk mengelolanya. Sebagai contoh bentuk kegiatan aktivisme

sosial yang dilakukan kelompok supporter Birds Death Brigade adalah, mereka mengajak internal mereka untuk melakukan bentuk protes penggusuran lahan di Dago Elos, Bandung, kemudian para warga menyambut baik hal tersebut. Acara itu bernama "Festival Sepakbola Dago Elos" diawali dari sebuah obrolan di warung kopi, oleh Riverside Forest, Dago Melawan, Bandung Supporter Alliance, dan lainnya. Dalam setiap pertandingan, supporter Bird Death Brigade memimpin kampanye yang menjadi keputusan bersama. Mereka memperjuangkan isu kemanusiaan, politik, dan anti rasisme, serta mempromosikan sepak bola yang inklusif dan ramah untuk semua kalangan. Mereka menggunakan slogan "Football For All" untuk mengekspresikan visi mereka.

Acara itu sendiri berlangsung dilahan kosong warga pada 23 Oktober 2022 lalu. Melihat dari perspektif sepakbola dan korelasinya dengan penggusuran tanah, membuat acara tersebut bertujuan untuk mengisi aktifitas diruang-ruang kosong dengan maksud untuk menghindari bentuk perebutan atas ruang hidup warga yang telah turun-temurun ditinggali. Dengan penuh suka cita dan semangat kebersamaan, Festival sepakbola Dago Elos berlangsung meriah. Pengunjung berdatangan silih berganti meski tak ada gelar yang diperebutkan. Sejenak masyarakat Dago Elos dapat melupakan keluh kesahnya. Kegembiraan dinikmati semua usia. Dago Elos menjadi makin hangat. Riverside Forest FC dan kelompok supporternya Birds Death Brigade, pernah juga melakukan aktivisme sosial lainnya, yakni mereka melakukan kegiatan amal yang di selenggarakan untuk korban gempa melalui akun media sosial mereka seperti Instagram, X dan juga langsung terjun ke lapangan, bentuk dari dari kegiatan amal nya sendiri yakni melakukan donasi, mulai dari kebutuhan makanan dan juga pakaian layak pakai untuk para korban. Diluar tribun, para pendukung Riverside Forest FC juga aktif menyuarakan masalah sosial. Misalnya, mengadakan pertandingan sepakbola dilokasi penggusuran Dago Elos adalah cara untuk mengaktifkan ruang public diwilayah konflik sekaligus mengadvokasi penolakan penggusuran. Bukan hanya kegiatan amal saja, mereka pun juga turut ikut menyuarakan aksi yang terjadi di daerah Dago elos sebagai bentuk dari kesolidaritasan mereka. Rangkaian acara ini diadakan pada, Minggu (23/10). Acara ini dilaksanakan sebagai bentuk support dan solidaritas bagi warga Dago Elos dan juga bentuk aktivasi ruang hidup di wilayah sekitar. Karena dalam kurun waktu kurang dari 5 tahun ini kota Bandung menjadi ladang bagi pemerintah merampas segala hak warganya salah satunya di Dago Elos. Penelitian yang dilakukan Tarrow (2011), menyebutkan bahwa gerakan sosial merupakan tindakan kolektif yang didasarkan pada

tujuan bersama dan solidaritas sosial. Ini juga terjadi dalam hubungan terus-menerus dengan pesaing, otoritas, dan elit (seperti dikutip dalam Staggenborg, 2020, hal. 13)

Cohen (1983) mendefinisikan Gerakan sosial sebagai tindakan kolektif yang dilakukan oleh sejumlah orang yang teroganisir dengan tujuan untuk mengubah atau mempertahankan aspek tertentu dari Masyarakat secara keseluruhan. Sementara itu Zurcher dan Snow dalam buku Michener dan Delamater (1999) merumuskan definisi gerakan sosial sebagai kegiatan yang sifatnya kolektif yang mengekspresikan tingkat kepedulian yang tinggi tentang beberapa isu tertentu. Menurut Touch dalam Kuppuswamy (1979), gerakan sosial adalah upaya bersama sejumlah individu yang bertujuan untuk mengatasi masalah yang timbul dalam masyarakat. Sementara itu, Blumer dan Allen (1980) melihat gerakan sosial sebagai tindakan kolektif untuk menciptakan kehidupan baru. Gusfield dan Allen (1980) menganggap gerakan sosial sebagai aktivitas dan keyakinan masyarakat terhadap harapan adanya perubahan dalam beberapa aspek kondisi sosial (seperti dikutip dalam Haris et al., 2019, hal. 17).

Klub Fc Freiburg dan dua kelompok supporter lainnya, yaitu Corrillo Ultras dan Supporter Crew SC Freiburg, merupakan salah satu dari sekian banyak klub dan supporter yang bergabung untuk menyuarakan sikap sosial mereka. Corrillo Ultras pertama kali didirikan pada tahun 2013. Seringkali, kelompok ultras ini bertanggung jawab atas gerakan sosial yang menentang diskriminasi dan rasisme terhadap kelompok pengungsi. Menurut James Montague (2020), menyatakan bahwa pendukung pendukung pernah memberikan hibah sebesar 1.000 euro kepada Corrillo Ultras sebagai hasil dari tindakannya yang membantu para pengungsi. Dia menyatakan bahwa tidak ada kelompok ultra di dunia yang pernah melakukan program semacam itu. Situs resmi Corrillo, Corrillo.org, menyatakan secara eksplisit komitmen Corrillo terhadap masalah sosial: "We want everyone to be able to watch a football match from their club. Priceless admission fees, stadium bans as punitive or so-called "preventive" measures, as well as racism, sexism, anti-Semitism, and homophobia, and every other form of discrimination oppose this idea and are fought by us in a wide variety of ways" (seperti dikutip dalam Pratama, 2022, hal. 51-52).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut, "Bagaimana pola strategi Komunikasi oleh klub sepakbola amatir Riverside Forest FC dan kelompok supporter Bird Death Brigade dalam aktivisme sosial?"

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi klub Riverside Forest FC serta kelompok supporter Bird Death Brigade dalam menjalankan aktivisme sosial.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis bagi perkembangan studi Ilmu Komunikasi secara khusus dan bagi semua pihak yang terlibat secara umum.

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam bidang Ilmu Komunikasi secara umum, dan secara khusus mengenai strategi komunikasi klub sepakbola dan kelompok supporter dalam menjalankan aktivisme sosial.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan pola komunikasi mengenai strategi komunikasi klub sepakbola dan kelompok supporter dalam menjalankan aktivisme sosial.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian tentang aktifitas komunikasi supporter sebelumnya pernah dilakukan oleh Purwastya (2019) dengan judul “Aktivitas Football Family di Kota Solo dalam Memberikan Kampanye Edukasi Kepada Suporter Sepakbola Lokal (Studi Terhadap Klub Persis Solo, DPP Pasoepati, dan Media Komunitas Pasoepati.net). Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019 dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas kampanye yang dilakukan oleh Persis Solo, DPP Pasoepati, dan Pasoepati.net dalam memberikan edukasi kepada supporter. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian juga menjelaskan bahwa tujuan dari pemberian edukasi yang dilakukan oleh Persis Solo adalah menciptakan perubahan sosial, sehingga akan menciptakan perubahan perilaku dari yang unfavorable menjadi favorable. Hal yang sama juga merupakan tujuan dari edukasi yang dilakukan oleh DPP Pasoepati dan Pasoepati.net, sudah menciptakan perubahan dalam bentuk pengetahuan, sifat dan perilaku, hal tersebut merupakan tujuan dari diakannya kampanye. Persamaan penelitian ini merupakan

permasalahan yang mengangkat tema aktifitas kelompok supporter, sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian dan tahun penelitian.

- b. Penelitian tentang aktivisme sosial sebelumnya pernah dilakukan oleh Pratama (2022) dengan judul “Aktivisme Melampaui Liga: Perlawanan dan Gerakan Sosial Ultras di Freiburg”. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2022 dan bertujuan untuk, mengetahui beberapa stereotip dan stigma buruk masih melekat pada kelompok Ultras. Mulai dari supporter yang lekat dengan kekerasan dan vandalisme, hingga keterkaitannya dengan paham sayap kanan dan Neo-Nazi. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian juga menjelaskan Corrillo Ultras dan Supporter Crew SC Freiburg malah melakukan berbagai kegiatan sosial yang fokus kepada kritik terhadap perilaku diskriminatif dan rasisme. Persamaan penelitian ini merupakan permasalahan yang mengangkat tema aktivisme sosial kelompok supporter, sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian dan tahun penelitian.
- c. Penelitian tentang kelompok supporter Riverside Forest FC yang dilakukan oleh Nur faturohman & Dedeh Fardiah (2023) dengan judul “Ekspresi Diri pada Supporter Punk Football di Dunia Sepak Bola”. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023 dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana supporter Riverside Forest FC mengekspresikan dirinya melalui PunkFootball di dunia sepakbola serta apa tujuan kelompok pendukung Riverside Forest FC menyuarkan kampanye melalui PunkFootball di sepakbola dan bagaimana kelompok supporter Riverside Forest FC menyuarkan kampanye melalui PunkFootball di dunia sepakbola. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.
- d. Penelitian tentang aktivisme supporter yang dilakukan oleh Khalif Muhammad Madani (2023) dengan judul “Connective Action Dalam Aksi Tiga Tagar Pss Sleman”. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021 dan bertujuan untuk mencari keterkaitan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan, yaitu untuk menentukan bagaimana Gerakan Tiga Tagar PSS Sleman dapat dilihat sebagai contoh aktivisme pada media digital. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif-interpretatif digunakan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman masyarakat yang diteliti. Hasil penelitian ini menjelaskan informasi dapat disebarluaskan, diterima, dan ditanggapi dengan cepat melalui

proses penyebaran, penggunaan, dan dukungan informasi. Peristiwa ini dapat diamati oleh tiga tagar #DejanOut, #ArthurOut dan #MarcoOut berupa bentuk protes perlawanan dari para kelompok Brigata Curva Sud di berbagai jejaring sosial yang mendapat banyak dukungan. Hal ini menunjukkan bahwa Gerakan sosial melalui media sosial, dapat digunakan sebagai kekuatan baru untuk mengkritik kebijakan yang dianggap tidak sesuai dengan visi misi yang telah diusung.

- e. Penelitian tentang gerakan sosial yang dilaksanakan oleh Meidy Irsandy (2018) dengan judul "Bonek dan Sepakbola Indonesia: Gerakan Sosial Untuk Memperoleh Pengakuan PSSI". Penelitian ini berfokus untuk melihat dan memahami sejarah panjang perjuangan yang dilakukan oleh Bonek guna mendapatkan keyakinan dari PSSI agar Persebaya bisa melakukan pertandingan secara resmi di tingkat nasional, yang dimana sebelum nya, Persebaya harus menerima keputusan pahit yang mana mereka mendapatkan hukuman berupa pembekuan dari PSSI kurang lebih selama 4 tahun lamanya. Pada penelitian kali ini, teori yang digunakan adalah new social movement (gerakan sosial baru). Istilah "demoralisasi struktur kehidupan sehari-hari" sering dikaitkan dengan gerakan sosial baru. Mereka juga mempertanyakan cara komunikasi dan identitas kolektif. Data yang digunakan untuk penelitian ini berupa wawancara dan rekaman, data kedua didapat dari dokumentasi maupun media cetak.

2. Kerangka Teori

a. Strategi Komunikasi

1) Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi merupakan istilah yang terdiri dari dua kata, "strategi" dan "komunikasi", konsep "strategi komunikasi" dapat didefinisikan sebagai suatu pola atau perencanaan yang menggabungkan tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi. Namun, istilah lain dari bahasa latin menjelaskan untuk "komunikasi" berasal dari kata latin "communicatio", yang memiliki arti yang sama. Dalam arti sebenarnya, komunikasi adalah proses pengiriman pesan dari sumber ke penerima melalui berbagai cara agar keduanya memiliki pemahaman yang sama. Dari kedua istilah ini, strategi komunikasi didefinisikan sebagai perencanaan optimal yang menggabungkan elemen komunikasi untuk mencapai tujuan (Fatmawati, 2021, hal 107-108). Ini adalah

beberapa strategi komunikasi yang didefinisikan oleh para komunikolog, di antaranya:

- a) Untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal, strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, yaitu komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan pengaruh (efek) (Cangara, 2014, hal. 64).
- b) Strategi komunikasi adalah kombinasi dari manajemen komunikasi. Aktivitas public relations merupakan manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya, yang berarti kegiatan utama dari seorang humas adalah menjalankan fungsi-fungsi manajemen atau komunikasi antara organisasi atau lembaga yang diwakilinya dengan public sebagai khalayak yang menjadi sasarannya. Terlebih lagi jika hasil yang ingin dicapai adalah citra positif, menciptakan kepercayaan, hingga membina hubungan baik dengan stake holder atau sesamanya, maka erat kaitannya dengan beberapa kegiatan utamanya; human relations, komunikasi manajemen, dan komunikasi bisnis adapun perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan untuk mencapai suatu tujuan. (Syam Nina dalam Widjajanto, 2013, hal. 7)

Strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik, dan cara yang akan dipergunakan oleh kelompok atau organisasi untuk melancarkan komunikasi dengan memperlihatkan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima respons dengan maksud tertentu berupa media, materi pesan, serta efek yang hendak dicapai sehingga dapat sesuai dengan tujuan (Mulia et al., 2022, hal. 149).

Sejalan dengan penelitian Rogers, yang mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah rencana untuk menyebarkan gagasan baru dan mengubah perilaku manusia pada skala yang lebih besar. Strategi komunikasi menurut Middleton, merupakan kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi,

yaitu komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan pengaruh atau efek (Seperti dikutip dalam Cangara, 2014, hal. 64). Semua elemen ini dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Lebih spesifik R.Wayne Pace, Brent D mengatakan terdapat tiga tujuan sentral strategi komunikasi yaitu (1) To secure understanding. (2) To establish acceptance (3) To motivate action. to secure understanding memastikan bahwa komunikasi harus mengerti pesan yang mereka terima. Kemudian andai kata ia sudah dapat memahami dan menerima pesan, maka penerimanya harus dibina (to establish acceptance). Pada akhirnya merupakan kegiatan yang dimotivasi (to motivate action) (Mulia et al., 2022, hal. 64).

Sebagaimana yang telah dijelaskan, tujuan dari strategi komunikasi merupakan landasan dalam rencana komunikasi dan manajemen agar terwujudnya suatu tujuan tertentu. Strategi komunikasi adalah bagian penting dalam proses pembangunan, sehingga dapat berkembang serta berkelanjutan. Adapun tujuan dari strategi komunikasi menurut Liliweri seperti dikutip dalam Mulia et al. (2022), hal. 65, antara lain:

- a) Memberitahu (announcing): Tujuan utama dari strategi komunikasi yaitu memberikan pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas informasi (one of the firsts of your communication strategy is to announce the availability of information on quality). Demikian, informasi yang akan dipromosikan didapatkan saling keterkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi penting. Informasi tersebut dipublikasikan melalui media massa.
- b) Memotivasi (motivating): Informasi yang disebar serta dipublikasikan bertujuan untuk menarik kepedulian masyarakat. Kepedulian tersebut diaplikasikan ke dalam daur ulang wadah ice cream sebagai upaya mengurangi limbah kemasan dari makanan dan minuman menjadi pot tanaman.
- c) Mendidik (educating): Memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa pot dapat dipergunakan sebagai media tanaman adalah wadah ice cream yang telah dihias.
- d) Penyebaran informasi (informing): Penyebarluasan informasi merupakan bagian dari tujuan strategi komunikasi kepada masyarakat yang telah menjadi sasaran. Informasi yang akan disebarluaskan diupayakan informasi yang spesifik maupun aktual.

- e) Mendukung pembuat keputusan (supporting decision making): Informasi utama yang dibuat oleh pengambil keputusan melalui langkah-langkah, yaitu dalam rangka membuat sebuah keputusan, informasi yang telah terkumpul akan dikategorikan, kemudian dianalisis sedemikian rupa.

2) Tahap penyusun Strategi Komunikasi

Untuk merancang strategi untuk suatu rencana atau kampanye adalah bagian yang tersulit dari proses perencanaan. Jika strategi yang kita terapkan akurat, maka segalanya akan berjalan lancar tanpa hambatan (Gregory, 2004, hal. 98). Menurut Widjanto (2013), untuk merancang strategi komunikasi sangat dibutuhkan perencanaan yang matang dengan memperhitungkan faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat. Oleh karena itu kita perlu memperhatikan komponen-komponen komunikasi, diantaranya:

- a) Mencari tahu target komunikasi, sebelum menjalankan komunikasi, diperlukan untuk mempelajari dahulu siapa target komunikasi yang disasar.
- b) Pemilihan media komunikasi, guna mencapai target komunikasi diperlukan media komunikasi yang tepat. Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Karena itu penggunaan media disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang akan dituju, pesan yang ingin diberi tahu, dan teknik yang akan digunakan.
- c) Pengkajian tujuan pesan komunikasi akan menentukan teknik yang akan digunakan tujuan ini, dapat berupa teknik informasi, persuasi, atau instruksi. Ada beberapa faktor-faktor yang penting mengenai hal tersebut, yang saling berkaitan dengan strategi dan taktik yaitu strategi secara jelas untuk dihubungkan dengan tujuan kampanye yang ingin disampaikan, Anggaran yang terbatas tidak menutup kemungkinan kampanye yang dijalankan tidak secara ambisius, justru dari hal itu dapat menumbuhkan kreativitas kampanye. Perencanaan yang sangat matang serta implementasi yang sangat detail.

Keberhasilan komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada interaksi, hubungan, dan komunikasi yang dilakukan secara profesional, tetapi juga pada kemampuan komunikator untuk menyeimbangkan perbedaan budaya yang ada. Di balik keberhasilan setiap tahapan kampanye, terdapat perancang pesan yang sensitif dan kreatif. Para perancang pesan ini memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi karakteristik khalayak dan kreativitas dalam

mendesain pesan yang sesuai dengan audiens sasaran (Widjajanto, 2013, hal. 67-68).

Dalam konteks perencanaan strategis hubungan masyarakat, Smith (2021) mengidentifikasi empat fase utama yang perlu dilalui untuk merancang dan melaksanakan kampanye yang efektif:

- a) Fase pertama, yang dikenal sebagai *Formative Research*, dimulai dengan analisis situasi untuk memahami konteks yang dihadapi organisasi dan tantangan yang ada. Selanjutnya, analisis organisasi dilakukan untuk menilai kondisi internal, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki organisasi tersebut. Terakhir, analisis publik dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan publik yang menjadi sasaran.
- b) Fase kedua, *Strategy*, melibatkan penetapan tujuan dan sasaran yang jelas dan terukur. Setelah itu, organisasi perlu mengembangkan strategi aksi dan respons yang mencakup pendekatan yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut, serta strategi pesan yang efektif untuk menjangkau publik yang dituju.
- c) Fase ketiga, *Tactics*, langkah selanjutnya adalah memilih taktik komunikasi yang tepat, seperti konferensi pers atau kampanye media sosial, yang dirancang untuk menyampaikan pesan kepada public. Pelaksanaan dari rencana strategis ini menjadi bagian penting dari fase ini, dengan pemantauan untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
- d) Fase keempat, *Evaluative Research* mengharuskan organisasi untuk mengevaluasi efektivitas dari seluruh proses perencanaan dan pelaksanaan strategi. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana tujuan yang ditetapkan tercapai dan untuk memberikan wawasan bagi perbaikan di masa mendatang.

b. Gerakan Sosial

1) Pengertian Gerakan Sosial

Menurut Rusmanto (2012), gerakan sosial merupakan tindakan kolektif yang terorganisir dari satu aktor kelas yang berjuang melawan musuh kelasnya demi kontrol sosial historisitas. Namun, Tourine menggunakan konsep dengan cara yang sangat berbeda dari para pemikir Marxis. Bagi Touraine, analisis Marxis mengandung masalah karena mereduksi aksi Gerakan sosial guna

mendukung ataupun mencoba menghalangi langkah maju sejarah yang tak terelakan menuju komunisme. Jadi, gerakan sosial dipandang tidak mencerminkan dan hanya samar-samar saja menyadari proses sosial lebih mendalam yang mendorong aksi-aksi mereka.

Touraine sebaliknya ingin mempertegas kembali arti penting aksi sosial, dengan gerakan sosial berada di pusat teorinya tentang perubahan sosial. Gerakan sosial merupakan sebuah gerakan yang berupaya untuk mengubah komunitas atau kelompok tertentu tanpa mengejar kekuasaan (Muzakar, 2017, hal. 10). Selain itu, masalah gerakan sosial sering juga dapat dipahami sebagai bentuk ketidakpuasan terhadap keadaan yang tidak adil dan menindas, karenanya sangat diperlukan upaya perubahan, menurut DiRinzo, yang juga mendefinisikan gerakan sosial sebagai perilaku dari sebagian anggota masyarakat untuk memperbaiki kondisi tertentu yang banyak menimbulkan masalah atau tidak menentu serta menciptakan kehidupan baru (seperti dikutip dalam Muzakar, 2017, hal. 14).

Forum juga menunjukkan bahwa gerakan sosial berasal dari keinginan untuk perubahan. Dia mendefinisikan gerakan sebagai organisasi atau kelompok organisasi yang berusaha mengubah struktur sosial yang sudah ada (Muzakar, 2017, hal. 14). Gerakan sosial disini dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mengubah suatu komunitas atau kelompok tertentu tanpa berusaha memperoleh kekuasaan. Sebaliknya, gerakan politik adalah kebalikan dari gerakan sosial yang berusaha memperebutkan kekuasaan, kekuasaan juga dapat diartikan sebagai posisi yang diperebutkan dalam struktur kelembagaan negara. Oleh karena itu, gerakan politik biasanya melakukan perjuangan mereka melalui media kelembagaan partai (Muzakar, 2017, hal. 10).

Gerakan sosial di seluruh dunia telah menunjukkan kekuatan aksi kolektif untuk membawa perubahan perubahan budaya dan politik yang signifikan (Muzakar, 2017, hal. 13). Potensi gerakan sosial muncul ketika masyarakat memiliki keluhan atau keprihatinan tentang suatu masalah dan menginginkan perubahan; emosi seperti kemarahan, kebencian, dan ketakutan merupakan motivasi yang kuat untuk melakukan aksi kolektif. Gerakan dapat memberikan cara bagi orang-orang yang peduli untuk bertindak bersama, dan pengalaman dengan aksi kolektif dapat menciptakan harapan bahwa perubahan itu mungkin terjadi. Untuk membangun gerakan, kelompok dan individu harus

mengambil inisiatif untuk bertindak atas keprihatinan mereka dan meyakinkan orang lain bahwa keluhan mereka penting dan bahwa aksi kolektif akan bermanfaat.

Baik organisasi, maupun strategi adalah dibutuhkan untuk memobilisasi sebuah gerakan. Organisasi mencakup jaringan peserta serta organisasi gerakan formal atau informal. organisasi gerakan. Strategi adalah rencana aksi yang melibatkan pilihan-pilihan kerangka aksi kolektif, target sasaran, tujuan, dan taktik. Taktik adalah bentuk-bentuk aksi, seperti demonstrasi, yang seringkali ditujukan kepada eksternal, seperti industri dan pemerintah, tetapi taktik juga memobilisasi pendukung. Gerakan memiliki potensi untuk membawa perubahan sosial yang sangat besar, tetapi pekerjaan membangun sebuah gerakan dan melakukan aksi kolektif bisa jadi sangat sulit. Untuk memahami proses mobilisasi, kita membutuhkan deskripsi yang lebih dekat tentang bagaimana kelompok-kelompok mengorganisir, mempertahankan momentum, dan terlibat dalam aksi kolektif dari waktu ke waktu.

Definisi protes sosial sangat bervariasi, tergantung pada tempat, waktu, dan siapa yang melakukan observasi tersebut terhadap fakta. Konsep protes sosial ini juga bisa dikatakan tumpang tindih, adapun konsep-konsep lainnya seperti pembangkangan, pemberontakan, perilaku kolektif, aksi kolektif, demonstrasi, gerakan sosial dan lain-lain. Ahli gerakan sosial terkemuka (Charles Tilly, 1981) mendefinisikan lebih suka memakai istilah aksi kolektif ketimbang protes sosial, pembangkangan atau pemberontakan. Beberapa konsep tersebut, menurut Tilly, mencerminkan pendakwaan terhadap maksud dan posisi politik para aktor dari kaca mata pemegang kekuasaan. Secara arti aksi kolektif sebenarnya tidak berbeda dengan konsep protes sosial. Keduanya merupakan bentuk tindakan bersama massa untuk menantang (melawan) pemegang kekuasaan. Sydney Tarrow (1994) mendefinisikan aksi kolektif sebagai perlawanan bersama oleh rakyat (*people*) dengan upaya bersama dan solidaritas dalam interaksi yang berlanjut dengan elite, musuh-musuhnya dan pemegang kekuasaan. Aksi kolektif bisa hadir dalam bentuk asosiasi kepentingan, gerakan protes sosial, pemberontakan, pembangkangan, atau revolusi (Seperti dikutip dalam Kristeva, 2022, hal. 92).

2) Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

Strategi dan taktik sangat penting untuk mencapai tujuan dan membangun gerakan. Berkelanjutan berkelanjutan membutuhkan aksi kolektif yang berkelanjutan; untuk menciptakan sebuah gerakan, para aktivis dan organisasi perlu merancang strategi dan taktik yang melibatkan para peserta dan menghasilkan hasil yang diinginkan. Gerakan-gerakan yang dapat bertahan selama beberapa beberapa tahun terdiri dari serangkaian aksi dan kampanye yang menarik peserta, perhatian media, dan dukungan publik. Untuk mempertahankan momentum, sebuah gerakan membutuhkan infrastruktur organisasi yang mampu menghasilkan strategi dan taktik serta memelihara para aktivis dan hubungan dalam komunitas gerakan. Menurut Benford dan Snow (2000), para pengorganisir membutuhkan membingkai isu-isu dengan cara-cara yang meyakinkan para pendukung potensial tentang interpretasi gerakan terhadap masalah dan solusi yang diusulkan dan memotivasi orang untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif (Seperti dikutip dalam Staggenborg, 2020, hal. 25)

Pembingkaian adalah elemen penting dalam strategi gerakan sosial, yang membantu menghubungkan peserta gerakan kampanye dan komunitas gerakan. Pembingkaian menjadi penting karena bahasa mempengaruhi penerimaan ide gerakan dan karena jenis “bahasa yang diperdebatkan” yang digunakan terkait dengan bentuk-bentuk tindakan yang digunakan. Pembingkaian suatu masalah sering kali menyarankan jenis strategi dan taktik tertentu dan mengesampingkan yang lain.

Salah satu pertanyaan penting adalah bagaimana aktor-aktor kolektif menghasilkan taktik-taktik inovatif yang memungkinkan sebuah gerakan untuk menarik pendukung dan mendapatkan keuntungan. Di dalam komunitas gerakan, pilihan-pilihan strategis dipengaruhi oleh jaringan aktivis dan yang merupakan sumber identitas kolektif, sumber daya, dan model taktis. Strategi dapat berubah dari waktu ke waktu sebagai respons terhadap pengalaman dan interaksi dengan sekutu dan target (Staggenborg, 2020).

Gerakan sosial sendiri umumnya dipahami sebagai aksi kolektif nonformal yang memiliki struktur tertentu, seperti seperangkat ideologi atau tujuan, taktik-taktik operasional, serta figur-figur kepemimpinan. Gerakan ini biasanya bertujuan mendorong perubahan sosial atau melawan kebijakan tertentu yang dianggap merugikan masyarakat. Dalam konteks tersebut,

strategi komunikasi menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya advokasi dan aktivisme. Johnston & Glenny (2021) menegaskan bahwa organisasi sektor ketiga, termasuk LSM, secara aktif menerapkan komunikasi strategis untuk mengadvokasi isu-isu krusial, memperkuat reputasi, membangun jaringan solidaritas, serta merespons krisis. Komunikasi publik bukan hanya alat penyampaian informasi, tetapi juga merupakan bagian dari strategi sosial-politik yang mempengaruhi persepsi dan tindakan publik.

Merujuk pada pemetaan taktik advokasi dari Ferguson (2018) yang dikembangkan lebih lanjut oleh Johnston & Glenny (2021), terdapat lima kategori utama taktik dalam komunikasi advokasi. Pertama, kegiatan informasional, yang mencakup riset, pernyataan media, kampanye edukatif, dan produksi konten di media sosial. Kedua, kegiatan simbolik, seperti boikot dan penyebaran visual politik. Ketiga, kegiatan organisasi, seperti pembentukan koalisi, interaksi dengan pembuat kebijakan, dan penggalangan dana. Keempat, kegiatan legalistik, termasuk petisi, lobi legislatif, dan bantuan hukum. Terakhir, ketidaktaatan sipil, seperti protes, blokade, dan bentuk-bentuk aksi langsung lainnya (Johnston & Glenny, 2021).

Dengan memahami dan memanfaatkan kategori taktik ini secara strategis, organisasi advokasi dapat mengatasi keterbatasan sumber daya dan tetap kompetitif dalam arena komunikasi politik kontemporer yang kompleks dan dinamis.

3) Bentuk Aktivisme

Mitu dan Vega mendefinisikan aktivis kontemporer sebagai seseorang yang aktif terlibat dalam berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat. Selanjutnya, aktivisme menjadi digital, juga dikenal sebagai aktivisme internet atau e-aktivisme, ketika internet digunakan untuk berkomunikasi, berkampanye, atau memobilisasi masalah sosial. Banyak pergerakan sosial telah menjadi transnasional atau memiliki kemampuan lebih besar untuk mengubah bentuknya menjadi organisasi transnasional berkat adanya internet. Faktor-faktor kontekstual seperti politik, ekonomi, dan sosial terus memengaruhi aktivitas aktivisme digital, meskipun telah berkembang secara global. Aktivisme digital sering menggunakan metode seperti petisi online, bom email, sit-ins virtual, hacktivism, serangan DOS (Denial of Service),

aktivisme tagar, dan mendukung penggunaan open source (Darasati & Habibah, 2021, hal. 1-2).

Van de Monk mengatakan bahwa "protes adalah aksi politik dari golongan yang tidak berdaya", dan aktivisme adalah salah satu cara untuk menyebarkan protes politik dan aspirasi masyarakat. Hal ini meningkatkan keinginan warga negara dan melemahkan hierarki sosial yang sudah ada antara kelompok pemrotes dan golongan atas. Interaksi komunikatif sangat penting dalam masyarakat demokratis, dan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam politik. Akibatnya, aktivisme digital telah membuka lebih banyak ruang untuk demokrasi daripada sebelumnya. Untuk melawan hegemoni atas sistem dan struktur, kekuatan sosial yang berbeda harus Bersatu dalam aliansi yang luas yang mengungkapkan kehendak kolektif rakyat (Darasati & Habibah, 2021, hal. 3)

Untuk memastikan bahwa kekuatan-kekuatan ini dapat mempertahankan autonominya sendiri dan berkontribusi pada proses perubahan sosial yang lebih memberikan nilai keadilan bagi kemajuan sektor rakyat, termasuk kaum miskin kota yang telah termarginalkan selama proses Pembangunan. Kekuatan aliansi organisasi Gerakan yang kuat diperlukan untuk melawan kekuatan dominan yang didukung oleh struktur dan sistem yang ada. Gambaran atas kesamaan persoalan yang dihadapi oleh rakyat ini berkaitan dengan pentingnya melakukan aliansi dan aksi bersama (Muzakar, 2017, hal. 164).

Bentuk aktivisme atau gerakan sosial yang umum dikenal biasanya merupakan aksi langsung, seperti kampanye, protes, boikot, demonstrasi, ataupun membentuk komunitas, mempromosikan gagasan, menulis surat dan petisi. Gerakan sosial marak terjadi di Indonesia, terlebih sejak era reformasi dan meluasnya penggunaan internet serta munculnya berbagai platform di media baru. Saat ini, telah terjadi pergeseran di mana aktivisme dalam membentuk gerakan sosial tidak lagi sepenuhnya dilakukan secara langsung atau dalam bentuk kegiatan fisik. Namun, ada peran media baru sebagai penggerak aktivisme tersebut hingga membentuk gerakan sosial. Terdapat kondisi-kondisi tertentu yang membuat suatu aktivisme media sosial berhasil di Indonesia. Aktivisme media sosial lebih mungkin berhasil memobilisasi dukungan massa ketika narasinya sederhana, terkait tindakan berisiko rendah,

dan sejalan dengan narasi dominan seperti nasionalisme dan religiusitas. Maka dari itu, perspektif sosial dalam pemanfaatan teknologi digital di Indonesia menjadi penting untuk dipertimbangkan. Pemanfaatan teknologi digital tidak lagi hanya berfungsi untuk konsumsi masyarakat namun dapat digunakan untuk tujuan sosial meliputi pemberdayaan masyarakat, inovasi dalam konteks edukasi, mengatasi ketimpangan ekonomi, menyelesaikan isu hak asasi manusia, hingga gerakan-gerakan sosial lainnya secara luas (Putri & Pratiwi, 2022).

4) Aktivisme Sosial Lewat Sepak Bola

Dalam era globalisasi yang kian menguat, olahraga tidak lagi dapat dipahami secara sempit sebagai aktivitas jasmani atau sekadar bentuk hiburan. Ia telah menjelma menjadi ruang penting bagi artikulasi ekspresi sosial dan politik. Harvey et al. (2014), menggarisbawahi bahwa kajian mengenai keterkaitan antara olahraga dan gerakan sosial kini menjadi semakin relevan, karena keduanya berperan dalam pembentukan identitas kolektif dan sebagai sarana perlawanan terhadap hegemoni global. Sebelumnya, Harvey dan Houle (1994), dikutip dalam Harvey et al. (2014) juga menunjukkan bahwa bentuk-bentuk gerakan sosial baru dalam konteks olahraga kerap melintasi batas negara dan secara aktif menantang struktur kekuasaan yang telah mapan.

Dalam kerangka alter-globalisasi, olahraga dilihat sebagai medium alternatif untuk mengekspresikan kritik terhadap bentuk globalisasi yang bersifat dominatif. Gerakan ini tidak hanya menentang neoliberalisme dan praktik ekonomi yang eksploitatif, tetapi juga membawa serta nilai-nilai keadilan sosial, solidaritas antarwarga, dan demokrasi partisipatif (Harvey et al., 2014). Wilson (dalam Harvey et al., 2014) mengelompokkan keterlibatan olahraga dalam gerakan sosial ke dalam tiga bentuk utama: pertama, sebagai subkultur yang membangun rasa solidaritas kolektif; kedua, sebagai bagian dari proyek-proyek alter-globalisasi; dan ketiga, sebagai bentuk politik gaya hidup di mana pilihan konsumsi dalam olahraga mencerminkan sikap politik individu. Dengan mempertimbangkan kerangka tersebut, olahraga dapat diposisikan sebagai komponen penting dalam lanskap perjuangan sosial yang lebih luas. Melalui simbol, aksi kolektif, dan praktik budaya yang muncul dalam dunia olahraga, komunitas-komunitas dapat menyuarakan ketimpangan dan mendorong transformasi sosial (Harvey et al., 2014).

Sementara itu, dalam kajian komparatif Brandt et al. (2023) terhadap aktivisme suporter sepak bola di Ukraina dan Jerman, menemukan bahwa meskipun terdapat kemiripan dalam bentuk taktik dan metode aksi, konteks sosial dan politik di kedua negara sangat berbeda dan berpengaruh signifikan terhadap orientasi gerakan. Di kedua negara, kelompok ultras berperan sebagai aktor utama, mengorganisasi berbagai kegiatan seperti koreografi tribun, pemasangan spanduk, aksi protes, pemboikotan dukungan, hingga penggalangan solidaritas dan donasi. Meskipun stadion menjadi pusat utama pergerakan, berbagai aksi juga berlangsung di ruang publik di luar arena pertandingan (Brandt et al., 2023).

Namun, orientasi aktivisme di Ukraina dipengaruhi secara kuat oleh dinamika politik nasional, khususnya pasca Revolusi Euromaidan 2014 dan agresi militer Rusia. Dalam konteks ini, kelompok ultras terlibat aktif dalam upaya mempertahankan nilai-nilai kebangsaan dan solidaritas sosial, termasuk melalui kampanye dukungan terhadap tahanan politik, donor darah bagi militer, dan partisipasi dalam aksi-aksi nasionalis (Brandt et al., 2023). Aktivisme ini tidak dapat dipisahkan dari kondisi konflik dan tensi geopolitik yang membayangi negara tersebut.

Sebaliknya, di Jerman, fokus utama gerakan suporter lebih banyak diarahkan pada isu-isu internal sepak bola, seperti resistensi terhadap komersialisasi, penolakan terhadap klub-klub berbasis korporasi seperti RB Leipzig, dan tuntutan untuk mempertahankan prinsip "50+1" sebagai bentuk perlindungan terhadap kepemilikan klub oleh anggota (Brandt et al., 2023). Pendekatan mereka relatif apolitis dalam konteks nasional dan lebih difokuskan pada pelestarian nilai-nilai tradisional suporter serta perlindungan hak-hak penggemar dalam industri olahraga modern.

Dengan demikian, studi ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat karakteristik global dalam budaya ultras, seperti gaya visual dan pola organisasi, konteks lokal tetap menjadi faktor penentu dalam arah dan isi gerakan. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan kontekstual dalam memahami fenomena aktivisme suporter lintas negara (Brandt et al., 2023).

c. Punk Football

Pengertian secara umum gerakan Punk Football adalah kelompok yang menolak terhadap modernisasi sepakbola mereka kerap menyuarakan "*Against*

Modern Football”, punk juga merupakan sebagian dari subkultur kelompok sosial yang mempunyai praktik sosial dan ekonomi sendiri yang berbeda dari aturan sebuah negara, mereka menolak semua norma dan nilai masyarakat arus utama, fakta penting dalam ideologi punk adalah anti sikap konsumsi dan negara (Ventsel, 2008)

Dari musik punk kemudian menjalar ke dunia sepakbola, Punk Football juga kerap dianggap sebagai kekuatan dan perlawanan revolusioner dalam olahraga modern terkhusus sepakbola, yang mana supporter memiliki alih bahwa mereka dapat menjalankan sebuah klub, dengan mengambil saham sebuah klub dan mendirikan sebuah klub dan terkadang juga menyelamatkan kebangkrutan dari sebuah klub. (Keoghan, 2014) Punk menjadi medium bagi perlawanan terhadap hegemoni budaya yang ada, sementara dalam sepakbola, konsep Punk Football menciptakan alternatif terhadap dominasi klub-klub besar dan struktur organisasi olahraga.

Punk merupakan ideologi kritis, mengambil langkah menjadi punk sebagai sarana untuk mengevaluasi hak istimewa sosial dan menolak sistem hierarki. Punk kontemporer seringkali terpengaruh oleh konsep anarkisme yang diartikan sebagai gaya hidup yang memperjuangkan kesetaraan dan keberlanjutan lingkungan, serta menentang seksisme, rasisme, dan dominasi perusahaan. Punk berasal dari aliran musik, pengaruhnya merambah ke dunia sepakbola, di mana Punk Football dianggap sebagai kekuatan revolusioner dalam olahraga modern. (Ismail, 2023)

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan kualitatif studi kasus. Menurut Bogdan (1990) menyebutkan studi kasus merupakan bentuk kajian yang rinci atas suatu masalah peristiwa tertentu. Ary (1982) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan suatu penyelidikan tentang seseorang secara individu, tetapi studi kasus dapat dikaitkan untuk mengetahui fenomena unit sosial yang kecil sekolah, keluarga, ataupun kelompok anak muda. Dalam pendekatan studi kasus, peneliti akan mencari tahu fenomena satu individu ataupun kelompok sosial secara lebih mendalam (seperti dikutip dalam Idrus, 2009).

Studi Kasus Kolektif, yaitu studi kasus yang lebih tertarik mempelajari kasus secara bersamaan, agar dapat meneliti fenomena, populasi, atau kondisi umum.

2. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif studi kasus yang mana memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti ini menggunakan sumber berupa data:

1) Sumber data primer

Informasi ini dilakukan melalui wawancara dengan informan dan melalui observasi terhadap mereka. Metode pengumpulan data wawancara dan observasi tim Riverside Forest FC serta kelompok supporter Birds Death Brigade digunakan untuk memperoleh data primer, yaitu informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan dengan menelusuri semua informasi dengan sangat rinci.

2) Sumber data sekunder

Data sekunder berasal dari artikel media online yang memuat klub Riverside Forest FC dan kelompok supporternya. Penulis juga mengamati media sosial mereka mulai dari Instagram, X, TikTok, dan artikel. Selain itu data sekunder yang didapatkan dari observasi secara tidak langsung. Kemudian data tersebut dijadikan acuan pendukung guna memperkuat argumen penulis.

b. Teknik pengumpulan data

1) Wawancara, ini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang diperoleh dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan, bisa melalui online seperti zoom, google meet ataupun bertemu secara langsung. Wawancara secara langsung dilakukan pada tanggal 3 Desember 2024 dengan Jebo selaku salah satu presiden klub, dan Shamroog salah satu perwakilan Birds Death Brigade. Dan wawancara berikutnya pada tanggal 26 Februari 2025 dilakukan melalui zoom meeting dengan Dinan dan Essa, masing-masing perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade.

2) Observasi, merupakan situasi mengamati objek penelitian. Bisa melalui media online ataupun terjun ke lapangan secara langsung, teknik ini digunakan untuk menambah perolehan data objek yang akan diteliti. Pengamatan juga dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun nonpartisipatif (Idrus, 2009, hal. 101) penulis juga beberapa kali mencari tahu informasi melalui artikel dan beberapa postingan media sosial mereka.

- 3) Dokumentasi, dokumentasi merupakan pengumpulan data kualitatif melalui membaca dan menganalisis dokumen. Salah satu strategi guna mendapatkan gambaran dari perspektif subjek melalui bahan tertulis ataupun makalah yang dibuat atau ditulis oleh subjek yang bersangkutan dengan melakukan studi dokumentasi (Herdiansyah, 2010: 143).

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Riverside Forest FC

1. Sejarah Riverside Forest FC

Riverside Forest FC merupakan klub sepakbola amatir yang berasal dari Kota Bandung. Klub yang dibikin dari "anak tongkrongan" ini terbentuk pada 11 Desember 2021. Pada saat mereka masih menduduki bangku kuliah yang bertepatan di daerah Taman Sari, Kota Bandung yang masing masing dari inisiator nya berkuliah di Unpas, Unisba, dan ITB. Ketika mereka tumbuh dewasa dan jenuh dengan sepakbola modern yang ada di Liga 1, akhirnya dari mereka memutuskan untuk membuat klub Riverside Forest FC, bisa dikatakan klub ini terbentuk nya dengan organik dan spontanitas saja, tanpa ada embel-embel lain. Pada saat itu juga mereka sedang meriset tentang klub klub yang berjalan *DIY (do it yourself)* dalam artian klub yang didanai oleh suporternya sendiri, tanpa ada campur tangan dari pihak luar, dari sini lah mereka mengonsepan tentang sepak bola "*punk football*". Konsep ini mereka adopsi dari subkultur sepak bola Eropa yang menolak kapitalisasi terhadap sepak bola dan bertujuan untuk mengembalikan sepak bola sebagai hiburan untuk rakyat. Konsep *punk football*, misalnya, diusung FC St. Pauli di Jerman pada tahun 1910 atau FC United of Manchester pada 2005. Klub ini juga mendapatkan dana dari hasil penjualan merchandise. Penamaan Riverside Forest FC sendiri terinspirasi dari sungai yang terletak di daerah Taman Sari, Kota Bandung.



Gambar 2.1 Logo Riverside Forest FC

2. Visi dan Misi Riverside Forest FC

Visi dari Riverside Forest FC sendiri adalah mereka ingin memperlihatkan ketidakadilan sepakbola di Indonesia, seperti contoh nya, keterlibatan wasit dalam pengaturan skor, pengelolaan klub yang merugikan suporternya sendiri. Mereka

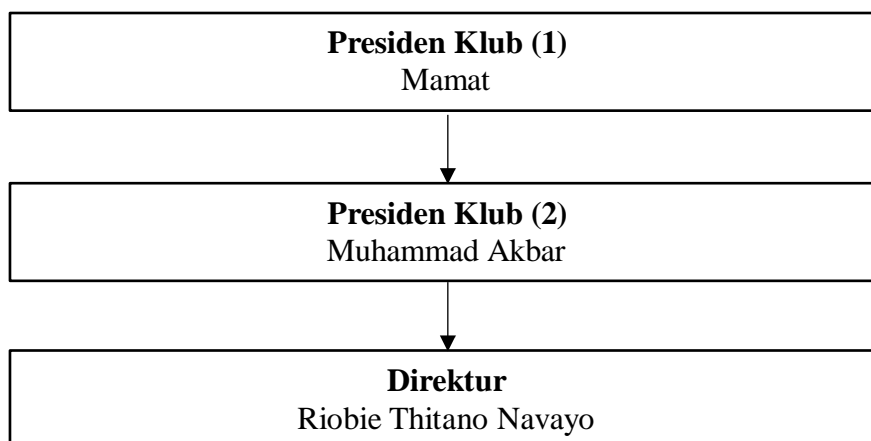
sepakat disini, suporter, pemain, dan manajemen dalam kesatuan yang sama, sehingga suara suporter itu sendiri sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan kebijakan klub. Barangkali klub-klub diluar sana bisa mengikuti arah dan tujuan dari visi dan misi klub Riverside Forest FC itu sendiri. Selain itu juga, Riverside Forest FC memberikan wadah kepada talenta-talenta sepakbola lokal terkhusus Bandung sebagai tempat mencari pengalaman, selain itu juga Riverside Forest FC menjadikan tempat sebagai bentuk pesan protes kepada pihak PSSI dengan baner baner pesan yang mereka buat, mereka terus konsisten menyuarakan pesan pesan tentang ketidak profesionalan dari pihak PSSI. Salah satu contoh nya adalah, denda kartu kuning yang mana harusnya sudah berbentuk kertas print, tetapi pihak penyelenggara melalukan nya dengan menulis manual, contoh tersebut merupakan bentuk tidak profesional dari PSSI, padahal mereka mengikuti turnamen resmi dibawah naungan PSSI. Selain itu Riverside Forest FC juga ingin membantu teman-teman lain di berbagai aktivitas sosial, seperti contohnya perlawanan sengeketa tanah yang ada di daerah Dago Elos.

Misi dari Riverside Forest FC yaitu:

- a. Meningkatkan Kesadaran Akan Ketidakadilan Sepak Bola di Indonesia
- b. Memperkuat Peran Suporter Dalam Kebijakan Klub
- c. Mendorong Profesionalisme di Sepak Bola Nasional
- d. Mendukung Pengembangan Talenta Sepak Bola Lokal
- e. Menjadi Pelopor Gerakan Sepak Bola yang Berintegritas

3. Struktur dan Pengelolaan

Untuk struktur nya sendiri Riverside Forest FC memiliki ketua yang bernama Mamat, dikarenakan memiliki kesibukan yang padat akhirnya diganti dengan Muhammad Akbar aka Jebo, untuk direktur nya sendiri ada Riobie Thitano Navayo aka Shamrog. Sebenarnya dengan struktur kepengurusan yang ada itu hanya sebuah formalitas yang mana sebagai syarat mengikuti kompetisi resmi Liga 3 seri 2 Jawa Barat 2024, pada akhirnya secara tidak langsung untuk struktur dan pengelolaan tim, mereka bersama sama, dalam artian suporter pun berhak mengambil keputusan bagaimana arah klub tersebut ingin dibawa.



Gambar 2.2 Struktur Riverside Forest FC

B. Birds Death Brigade

1. Sejarah Birds Death Brigade

Birds Death Brigade adalah suatu kelompok supporter dari klub Riverside Forest FC, yang terbentuk pada tahun 2021 bulan Desember di Kota Bandung. Penamaan Birds Death Brigade sendiri tidak memiliki arti yang sangat dalam. Pada saat itu mereka sedang mewawancari salah satu band dari Rusia yang bernama “Moscow Death Brigade” merasa memiliki kesamaan tentang paham dan ideologi, sehingga pada saat itu mereka menambahkan “Birds” sebagai bentuk identitas klub Riverside Forest itu sendiri, dan tercipta lah “Birds Death Brigade”. Sama dengan Riverside Forest FC, terbentuknya kelompok supporter Birds Death Brigade juga berjalan dengan organik dan ketidaksengajaan, sehingga pada akhirnya mereka tumbuh lebih besar lagi dan mulai dikenal oleh pecinta sepakbola, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.



Gambar 2.3 Logo Birds Death Brigade

Birds Death Brigade dan Riverside Forest FC memang berjalan beriringan tetapi bagaimana cara agar klub bisa bertahan salah satunya dengan adanya supporter, sehingga akhirnya mereka menjual merchandise seperti kaos, dan jersey, agar klub itu sendiri bisa bertahan dengan dibantu oleh pihak supporter.

2. Visi dan Misi Birds Death Brigade

Visi dari Birds Death Brigade sendiri adalah untuk mengiringi adanya klub Riverside Forest FC, karena kalau tidak ada Birds Death Brigade tidak ada Riverside Forest FC, sehingga akhirnya mereka bisa jalan berbarengan dan menjadi lebih balance, dan juga adanya supporter sendiri bisa ngecheck bagaimana klub ini jalan, agar ada wadah untuk memberitahu arah klub itu sendiri, selain itu juga fungsinya untuk bisa mengkoordinir pesan pesan dari klub nya, manajemen nya kepada pihak supporter.

Misi dari Birds Death Brigade yaitu:

- a. Mendukung Pertumbuhan Klub
- b. Menyediakan Wadah Komunikasi
- c. Mengawal Arah Perkembangan Klub
- d. Membangun Komunitas yang Solid
- e. Memperkuat Identitas Klub

3. Struktur dan Pengelolaan

Untuk Birds Death Brigade sendiri tidak memiliki struktur, semua elemen supporter berhak mengambil keputusan. Tidak ada secara resmi untuk struktur, dikarenakan mereka sepakat Birds Death Brigade sama rata dengan Riverside Forest FC, baik itu pengelola Riverside Forest FC berhak bersuara, begitupun sebaliknya. Untuk bagian keanggotaan sendiri sudah tak terhitung jumlahnya berapa, karena Riverside Forest FC dan BDB satu kesatuan yang sama, otomatis anggota Riverside Forest FC dan BDB satu kesatuan terkecuali pemain dan pelatih.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai data yang telah didapatkan dari temuan penelitian mengenai strategi komunikasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade dalam aktivisme gerakan sosial. Peneliti telah melakukan pengambilan data dengan menggunakan Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung terhadap narasumber, observasi dan perekaman dokumentasi. Dokumentasi dan wawancara pertama kali dilakukan pada tanggal 3 Desember 2024 dengan 2 narasumber yaitu, Jebo dan Shamroog selaku perwakilan masing-masing dari, pihak Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade dan wawancara kedua kali dilakukan pada tanggal 26 Februari 2025 dengan 2 narasumber yaitu, Essa dan Dinan selaku perwakilan masing-masing dari pihak, Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade. Peneliti akan menganalisis dan membahas bagaimana pola strategi komunikasi dan gerakan sosial yang dilakukan oleh Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade dengan menggunakan teori yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Fakta yang ditemukan peneliti antara lain:

Tabel 3.1 Data Narasumber

No	Nama Narasumber	Posisi Narasumber	Waktu Wawancara	Lokasi Wawancara
1.	Jebo	Presiden Riverside Forest FC	3 Desember 2024	Bandung
2	Shamroog	Perwakilan Birds Death Brigade	3 Desember 2024	Bandung
3	Essa	Perwakilan Riverside Forest FC	26 Februari 2025	Zoom meeting
4	Dinan	Perwakilan Birds Death Brigade	26 Februari 2025	Zoom meeting

Sumber: Data Peneliti (2025)

A. Gerakan Sosial

Dalam beberapa tahun terakhir, kita telah melihat bagaimana berbagai gerakan sosial muncul dengan semangat perubahan, baik di tingkat lokal maupun global. Setiap gerakan tentu memiliki latar belakang, visi, dan strategi tersendiri dalam memperjuangkan nilai-nilai yang dianggap penting bagi masyarakat. Dari isu peperangan, rasisme, hingga keadilan sosial, semua memiliki peran besar dalam membentuk dunia yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami

lebih dalam mengenai motivasi di balik gerakan yang telah di usung. Dengan mengetahui alasan mendasar dan tujuan utama dari setiap gerakan, kita dapat lebih memahami dampaknya serta bagaimana itu semua bisa berkontribusi. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade melakukan gerakan sosial berdasarkan kesadaran penuh dikarenakan adanya penindasan dan ketidakpuasan terhadap keadaan yang tidak adil, ada beberapa gerakan sosial yang kita menggunakan tema dan alasan menentukan tema tersebut adalah.

“Tujuan sih intinya saling membantu aja sih. Mulai dari membantu yang terdekat dulu, semisal dari Dago Elos, pasargratis Bandung, dan rumah Bintang.” (Essa, Riverside Forest)

“Tujuan nya sih, ya balik lagi, kita ingin membantu sesama aja sih, kita ingin membantu orang yang kesulitan dalam arti mungkin dari kekurangan mereka bisa kita tutupin. Contohnya, ada aktivis lingkungan kita bantu tujuan karena tidak ada kesadaran akan penghijauan, maka dari itu kita bantu.” (Dinan, BDB)

“Kita mah melakukan tersebut karena faktor sosial yang ada, kita juga sering berjejaring dengan orang-orang lain ya, ketika ada isu kita selalu mendapatkan informasi tersebut, salah satu contoh, konflik di Dago Elos, konflik tersebut sudah bertahun-tahun terjadi. Pada saat itu kita tidak terfikir untuk mengikuti kegiatan tersebut, coba iseng iseng akhirnya terpikir untuk melakukan kegiatan main bola dengan warga, tujuan nya ingin menghibur. Akhirnya kerja sama dengan kelompok aktivis Dago Melawan. Pendanaan event tersebut melalui hasil penjualan merchandise. (Jebo, Riverside Forest FC)

“Kalau untuk tema kita menyesuaikan dengan kolaborator ya, seperti contoh nya band Los Fastidios kenapa mereka bisa masuk ya, karena mereka sering mengemban 4 hal yaitu, no racism, no sexy, no fasis, no homo. Kebetulan yang masuk di Indonesia adalah rasis, jadi kita pakai jargon tersebut. Sama seperti band The Dare, karena mereka band perempuan dan sering menyuarakan equal dan anti pelecehan seksual terutama kepada perempuan, kalau untuk collab dengan brand Weekend Offender kita membawa tema tentang program grassroots. Untuk tahun ini di jersey kita ada 2 tema yaitu bluering the gap dan football for friendship itu teman yang kita bawa di musim ini. Pertama itu buat sentilan klub lokal sebelah yang mana mereka sudah berjarak antara supporter dan manajemen nya, nah kalau untuk football for friendship, kita kan melihat sepakbola ini untuk pertemanan ya, tapi kan sekarang berbeda malah ada yang bunuh bunuhan tapi kan bukan itu esensi sepakbola sebenarnya, kita mencoba membawa pesan itu dengan patch yang akan di taruh di jersey terbaru kita. Jadi kita melihat ada apa yang sedang ramai, kita coba untuk menyuarakan gitu. ” (shamroog, BDB)

Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade juga mengeluh tentang isu sosial yang terjadi, terkhusus di kota Bandung, mereka menjelaskan banyak dari orang-orang yang masih susah, dalam artian butuh bantuan, serta takut adanya gerakan sosial itu dicampur dengan kepentingan politik. Tidak bisa kita pungkiri bahwa dalam kehidupan

bermasyarakat, kita sering menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan sosial yang dapat berdampak pada kesejahteraan bersama. Baik itu ketimpangan ekonomi, tingginya tingkat kemiskinan dan kesehatan, diskriminasi, atau bahkan permasalahan lingkungan yang semakin mendesak. Setiap kelompok ataupun individu mungkin memiliki pengalaman yang berbeda dalam menghadapi realitas sosial ini, dan setiap suara tentu memiliki makna yang berharga. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk berbagi pandangan dan mendiskusikan berbagai isu yang terjadi di sekitar kita. Dengan saling mendengarkan dan memahami perspektif satu sama lain, kita bisa mencari solusi yang lebih baik untuk menciptakan perubahan positif di masyarakat

“Kalau keluhan kesah nya sih banyak ya, semisal, banyak nya orang yang kurang beruntung dijalanan, makanya terbentuk pasargratis itu, kita bantu, kita bikin berapa nasi bungkus gitu kita bagiin dijalan.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Kalau keluhan sih paling kebanyakan isu sosial itu sering dicampur dengan isu politik, kita paling males kalau harus menghadapi seperti itu, kalau keluhannya sih paling itu aja, takut gerakan sosial yang kita ingin bantu ternyata di tanggungi.” (Dinan, BDB)

Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap kelompok ataupun individu memiliki peran penting dalam menciptakan perubahan yang positif. Banyak dari kita mungkin pernah melihat atau bahkan merasakan dampak dari berbagai isu sosial, mulai dari lingkungan, pendidikan, kesehatan, hingga kesetaraan hak. Dalam menghadapi tantangan ini, gerakan sosial menjadi salah satu cara efektif untuk mendorong perubahan dan memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Melalui berbagai bentuk keterlibatan, seperti kampanye sosial, aksi solidaritas, atau kegiatan sukarela, kita dapat menjadi bagian dari solusi atas permasalahan yang ada. Setiap langkah kecil yang kita ambil bisa memberikan dampak yang besar jika dilakukan bersama-sama. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade juga inisiatif langsung dalam keterlibatan gerakan sosial, bukan tanpa alasan, mereka menyadari bahwasannya banyak terjadi penindasan dan ketidakadilan di lingkungan sosial.

“Mungkin yang kita ke Dago Elos, pasargratis, dan rumah Bintang, kita juga ada rencana ingin bantu Palestine melalui jersey yang mana hasil keuntungan nya akan dibagikan, tapi kita masih kontak-kontakan dengan pihak sana.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Paling terakhir ini, pengurusan di Taman Sari untuk meminta keadilan, di daerah tersebut banyak terdapat beberapa RT/RW yang lahan nya digusur oleh pemerintah setempat, walaupun yang mereka tumpangi itu tanah pemerintah, tetapi mereka memiliki sertifikat pemilik, nah kita mencoba berdialog dan berdiskusi supaya ada jalan tengahnya.” (Dinan, BDB)

“Paling yang sudah pernah kita lakukan ada, membantu pergerakan yang ada di Dago Elos, Kerjasama dengan rumahbintang, membantu kegiatan di pasar gratis.” (Jebo dan Shamroog- Perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Dalam aksi gerakan sosial, sering menghadapi berbagai tantangan yang membutuhkan kerja sama untuk mencapai solusi terbaik. Baik dalam lingkup kecil, seperti komunitas dan organisasi, maupun dalam skala yang lebih besar, seperti gerakan sosial dan perubahan kebijakan, aksi kolektif menjadi kekuatan utama dalam menciptakan perubahan yang berarti. Namun, tak jarang muncul keraguan dari sebagian orang yang merasa bahwa partisipasi mereka tidak akan berdampak signifikan atau bahkan meragukan efektivitas upaya bersama. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade ataupun para individu dari mereka, juga meyakinkan kepada orang lain bahwasannya kegiatan kolektif yang mereka usung juga bermanfaat. Baik melalui media sosial ataupun secara langsung.

“Kita pasti kalau ada suatu kegiatan kami report terus di media sosial, dan alhamdulillah nya respon nya sangat bagus dan ikut dengan sendirinya.” (Essa, Riverside Forest FC)

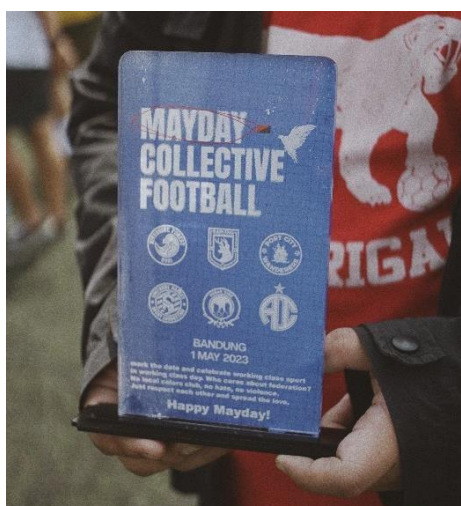
“Cara meyakinkan nya sih dengan cash flow yang selalu dilakukan, kami juga selalu mengupdate melalui medsos Birds Death Brigade maupun Riverside Forest FC, jadi mereka percaya setiap pengeluaran itu tidak dipakai pribadi, ataupun korupsi. Kunci nya saling transparan aja.” (Dinan, BDB)

Setelah memahami situasi yang ada serta mengevaluasi langkah-langkah yang telah diambil, penting bagi kita untuk merancang strategi yang lebih matang agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai secara efektif. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk tantangan yang mungkin dihadapi serta peluang yang bisa dimanfaatkan, tentu diperlukan sebuah rencana aksi yang terstruktur dan terukur. Selain itu, untuk gerakan sosial yang akan dilakukan kedepannya, serta bagaimana rencana itu disusun Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade menjelaskan untuk saat ini belum ada Tindakan yang akan dilakukan kedepannya dan strategi itu disusun berjalan apa adanya.

“Kalau untuk aksi saat ini belum ada, tapi kalau untuk tahunan ada sih. Contoh nya adalah, mempertingati tragedi Kanjuruhan, kita tau sendiri ya, Kanjuruhan kan belum beres ya, terus akan ada Football MayDay, yang kemungkinan akan diadakan di Jawa Tengah (Purbalingga). Mungkin MayDay yang turun ke jalan sudah banyak ya, jadi kita cukup merayakan dengan sepakbola kemudian di upload ke media, jadi dari situ semakin luas menyebarnya. Dan untuk Menyusun rencana nya, seperti Football MayDay ini kita melibatkan banyak pihak, seperti perwakilan tiap klub yang akan berpartisipasi, kemudian

kita mengobrol saja, tidak ada yang spesifik harus gimana-gimana sih.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Untuk saat ini masih belum ada, dikarenakan situasi di Bandung masih kondusif. Paling akhir-akhir ini kita berfokus di rumah Bintang saja, untuk membantu operationa mereka. Untuk rencana itu disusun sih, kita biasa menunjuk seseorang, siapa yang bertanggung jawab, kemudian menyebar luaskan Informasi tersebut ke grup masing-masing daerah, kalau bisa melalui medsos lewat medsos, kalau sekiranya tidak bisa melalui grup WA.” (Dinan, BDB)



Gambar 3.1 Kegiatan Memperingati Hari Buruh (MayDay)

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Berbicara mengenai aksi kegiatan sosial, tentu ada banyak bentuk yang bisa dilakukan, mulai dari kegiatan yang berskala kecil hingga besar, yang bersifat individu maupun kolektif. Setiap orang atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan sosial biasanya memiliki pertimbangan tersendiri dalam memilih bentuk aksi yang mereka lakukan, baik itu berdasarkan kebutuhan masyarakat, keterampilan yang dimiliki, hingga dampak yang ingin dicapai. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade pernah juga terlibat langsung dalam gerakan sosial seperti yang sudah pernah dilakukan seperti kegiatan di Dago Elos, pasargratis, dan rumah bintang.

“Selama ini paling Dago Elos, Rumah Bintang, pasargratis. Kalau alasannya sih itu tadi ya, ada kepuasan tersendiri aja ketika bisa membantu sesama.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Kalau yang sudah-sudah sih ada Dago Elos, rumah Bintang, pasar gratis. Kalau untuk yang terbaru sih itu ya penanaman seribu pohon, alasannya karena di daerah tersebut sudah tidak ada penghijauan kembali, banyak daerah yang sudah rusak, akibat ulah manusia juga, maka dari itu kami berpartisipasi membantu.” (Dinan, BDB)

“Sebenarnya banyak, tetapi karena kita sekarang bukan fase yang apa apa foto kemudian upload medsos. Tetapi kita juga pernah terlibat seperti, bersih

bersih sungai, menjaga kebersihan kota, kalau yang dago elos memang perwakilan kita sering ikut, donasi untuk korban bencana atau suport tenaga untuk membantu para relawan yang ada. Kadang juga internal kami ketika ada masalah, kami sering mebantu berapa yang kita punya. Dengan rumah bintang yang pusat nya di Antapani, kita bantu nya yang di daerah ciwidey yang daerah pelosok, dimana rumah bintang ini menampung anak anak yang putus sekolah, disana mereka punya tenaga kerja sukarela, seperti belajar bahasa, sosial, membaca, kita support dengan penjualan jersey yang berkolaborasi dengan mereka, yang mana hasil penjualan jersey tersebut dialokasikan sebagai bentuk renovasi rumah bintang, sebenarnya banyak program yang sampai saat ini belum jalan karena sdm, sdm kitanya masih sangat minim, dikarenakan kita orang orang kerja, kuliah, usaha. Dan juga kita suport seperti alat tulis. Awalnya kita ingin membuat event bulanan di rumah bintang, tetapi karena jarak dan sdm yang minim". (Jebo, Riverside Forest FC)

"Kita juga berpartisipasi dalam pasar gratis, jadi siapa boleh membeli siapa boleh menjual, itu diadakan setiap hari kamis, kemudian kita juga berkerja sama dengan rumah cemara, dulu ada event namanya homeles world cup, jadi para homeles homeles tiap negara tanding, kita coba bantu dari segi coaching nya. Dan juga ada mayday football kolektif, itu dimulai dari kita, dan di ikuti oleh beberapa teman teman dari Jakarta, Bogor, Bekasi, Solo, dan Malang. Itu bisa lebih menyuarakan sepeti teman teman dari Malang, mereka menyuarakan tentang "Justice For Kanjuruhan" yang mana di sepakbola mainstream tidak boleh, di kita, kita kasih panggung silahkan menyuarakan, kita juga bekerjasama dengan band The Dare menjual jersey, yang mana seluruh hasil penjualan di bagikan untuk gempa bumi Cianjur" (Shamroog, BDB)



Gambar 3.2 Kegiatan Gerakan Sosial

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Gerakan-gerakan ini sering kali berawal dari keresahan sekelompok individu yang kemudian berkembang menjadi gerakan yang lebih luas dengan dampak yang signifikan. Banyak dari gerakan ini telah berhasil membawa perubahan nyata, baik dalam kebijakan maupun kesadaran kolektif masyarakat. Namun, di balik setiap aksi dan kampanye yang dilakukan, tentu ada sebuah visi besar yang ingin dicapai. Untuk tujuan

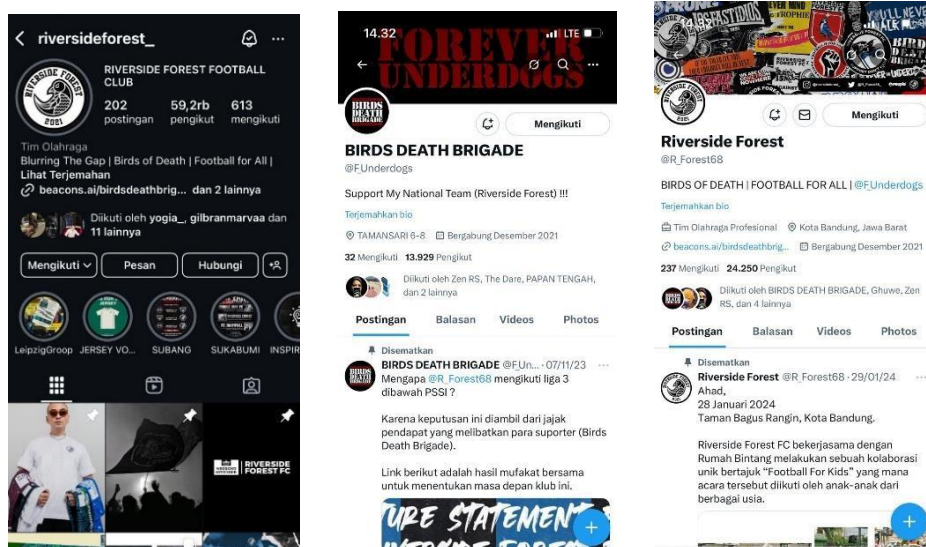
utama adanya gerakan sosial yang pihak Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade terjadi karena, mereka ingin bisa membantu sesama saja, tanpa memandang layak apa tidaknya. Baik dari yang mampu atau tidak mampu.

“Tujuan nya sih selain membantu ya, mungkin bisa menjadi wadah dalam artian tempat untuk bisa bersuara ketika ada yang ingin melakukan gerakan sosial, kita bisa membantu.” (Esaa, Riverside Forest FC)

“Tujuan nya untuk masyarakat juga, bermanfaat buat masyarakat banyak, walaupun gerakan sosial yang kita lakukan sedikit, paling tidak ada manfaat nya, dan juga untuk bisa memotivasi orang-orang.” (Dinan, BDB)

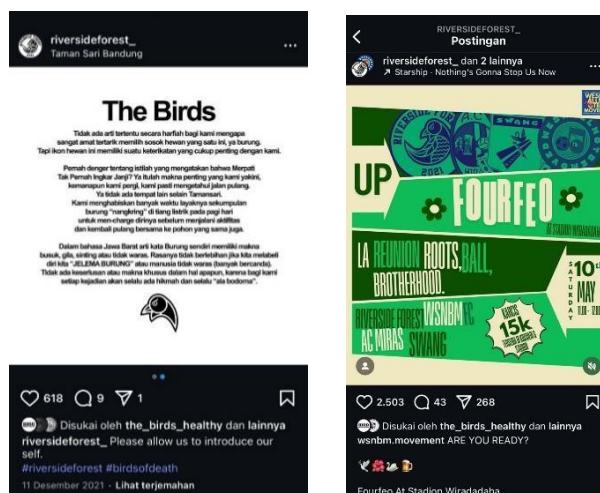
“Kalau untuk tujuan kami ingin semua Masyarakat yang tertindas atau yang kurang mampu bisa terbantu dengan adanya gerakan sosial yang kami lakukan” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade masing-masing memiliki akun sosial media, mulai dari Instagram dan X. Mereka cukup aktif bersuara di kedua platform tersebut. Mulai dari memberitahu informasi jadwal pertandingan, event, dan juga gerakan sosial. Bisa dilihat pada gambar dibawah ini mereka mulai membuat akun Instagram dan X pada tahun 2021 tepatnya pada bulan Desember.



Gambar 3.3 Media Sosial Instagram dan X Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Pada postingan pertama dari akun official @riversideforestfc_ mereka pertama kali mengunggah postingan tentang filosofi dari logo klub mereka, bisa dilihat pada foto berikut. Dan juga pada postingan terakhir melalui Instagram @riversideforestfc_ yang di unggah pada tanggal 7 Mei 2025, mereka memposting akan mengikuti fourfeo yang akan dilaksanakan pada tanggal 10 Mei yang berlokasi di stadion Wiradadaha Kota Tasikmalaya.



Gambar 3.4 Postingan pada akun Instagram Riverside Forest FC

Riverside Forest FC dan kelompok suporternya Birds Death Brigade sepertinya yang sudah dibahas, mereka melakukan gerakan sosial di daerah Dago Elos dengan tema “Festival Sepak Bola Dago Elos”. Mengutip dari caption akun official @riversideforest_ dijelaskan. Dimana ada korelasi antara sepakbola dan penggusuran tanah, ruang-ruang kosong yang berada di kampung kota sangat rentan dengan masuknya “setan tanah” yang merengut hak Bahagia tiap individu, jika tidak ada aktivasi di ruang-ruang kosong tersebut, inilah yang kita coba lakukan, bersama Kawan-kawan lain nya untuk mencoba melakukan aktivasi di daerah Dago Elos, Bandung. Mereka juga mengusung tagar #dagomelawan dan mendapat like dari Instagram sebanyak 6.613 like, 90 komentar postif dan 87 dibagikan. Mereka juga menggunakan visual dengan latar daerah Dago Elos dengan anak-anak sedang bermain sepakbola, hal ini selaras dengan apa yang terjadi permasalahan di daerah Dago Elos terkait perampasan tanah.



Gambar 3.5 Postingan terkait aksi Dago Melawan pada akun Instagram Riverside Forest FC

Sumber: https://www.instagram.com/p/CkIp_7ePAUi/?igsh=MW95emcwdjZwenlzcw==

Kemudian melalui laman X dari akun @F_Underdogs, yaitu akun dari kelompok suporter Birds Death Brigade mereka pernah melakukan gerakan sosial dengan bentuk pelelangan jersey Riverside Forest FC X Weekend Offender. Mengutip dari caption X mereka, yang mana seluruh keuntungan akan di donasikan untuk saudara Bayu Kristianto yang menjadi korban pembegalan di daerah Bandung. Tweet tersebut mendapat retweet sebanyak 37, 71 like dan 6,8rb penanyangan.



Gambar 3.6 Postingan akun X Birds Death Brigade terkait Aksi Sosial

Sumber: https://x.com/f_underdogs/status/1830213114094288935?s=46&t=PIV4GJkwyX56-MK4qQW6hA

B. Gerakan Sosial Lewat Entitas Sepakbola

Ketika kita berbicara tentang sebuah gerakan sosial, tentu ada latar belakang dan alasan kuat yang melatarbelakangi terbentuknya gerakan tersebut. Tidak ada gerakan yang lahir begitu saja tanpa adanya pemicu, baik itu berupa masalah sosial yang perlu diatasi, ketidakadilan yang dirasakan oleh sekelompok masyarakat, atau bahkan keinginan untuk menciptakan perubahan positif dalam lingkungan sekitar. Dalam hal ini, gerakan sosial yang telah di usung pasti memiliki sejarah dan alasan yang mendasarinya. Bisa jadi, gerakan ini muncul dari kesadaran akan pentingnya kesejahteraan bersama, dorongan untuk memperjuangkan hak-hak tertentu, atau mungkin sebagai respons terhadap situasi yang dianggap kurang ideal di Masyarakat. Penindasan dan ketidakadilan merupakan landasan utama Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade melakukan gerakan sosial. Selain itu bentuk rasa kepedulian sesama juga menjadi faktor terjadinya gerakan sosial, seperti yang sudah pernah terjadi sebagai berikut.

“Kalau alasan nya sih, balik lagi ya, karena ada kepuasan tersendiri aja bisa membantu sesama dan bisa jadi bermanfaat aja sebagai makhluk sosial.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Alasannya balik lagi karena, sepakbola yang kita buat, klub yang kita bikin ini, bukan hanya mencari keuntungan, kita lebih berfokus di isu sosial dulu nomer satunya. Karena banyak nya keluhan dari teman-teman sekitar yang kurang puas terhadap pemimpinnya daerah masing-masing.” (Dinan, BDB)

Sepak bola bukan hanya sekadar olahraga, tetapi juga memiliki kekuatan untuk menyatukan, menginspirasi, dan membawa perubahan dalam masyarakat. Melalui sepak bola, kita bisa menjangkau berbagai lapisan sosial, menyampaikan pesan-pesan penting, serta membuka peluang bagi mereka yang kurang beruntung. Dalam banyak kasus, sepak bola menjadi alat yang efektif untuk mengatasi permasalahan sosial, seperti pelecehan seksual di dalam tribun, kesetaraan gender, hingga kemiskinan. Oleh karena itu, banyak individu dan organisasi yang memilih untuk terjun dalam gerakan sosial melalui sepak bola, karena mereka percaya bahwa olahraga ini bukan hanya soal menang atau kalah di lapangan, tetapi juga tentang bagaimana menciptakan dampak positif di luar lapangan. Dikarenakan mereka merupakan klub sepakbola yang peduli dengan isu sosial, maka dari itu mereka melakukan gerakan sosial melalui media sepakbola. Bukan tanpa alasan, sepakbola modern telah menjadi industri untuk mencari keuntungan, sedikit yang peduli dengan isu sosial. Selain itu sepakbola juga menjadi olahraga yang sangat banyak digemari oleh masyarakat luas, hal itu memudahkan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade dalam mencari masa.

“Kalau untuk alasan melalui sepakbola, mungkin seakbola sekarang sudah terlalu modern ya, mereka hanya mementingkan dari segi bisnis saja, terus yang terjun ke sosial nya jarang. Kalau dari pihak Riverside Forest FC seru aja gitu membantu, dan pihak manajemen pun sama sekali tidak ada menerima sepeserpun bayaran dari awal terbentuk.” (Essa, Riverside Forest FC)

”Karena sepakbola itu, khususnya di Bandung itu sangat-sangat digemari, diminati, sangat banyak masyarakat nya yang suka, jadi bisa nyampai pesan tersebut. Karena kalau tidak lewat sepakbola, pesannya kurang sampai dan masanya juga kurang, nah kita ada kesempatan melalui sepakbola ini, kalau kita sudah mencapai liga professional kan jadi kesorot kamera, terjun langsung dengan pejabat PSSI, sehingga bisa didengar lah suara kita.” (Dinan, BDB)

”Nah karena kita mikir gini, menurut kami tribun itu tidak hanya melulu tentang suport klub ya, awal nya kami menyepakati untuk suport klub saja, dikarenakan beberapa anggota ada yang menjadi aktivis gerakan sosial, akhirnya mereka siap membantu ketika ada gerakan sosial yang ada, seperti pasar gratis yang berjalan sebulan sekali, mereka memberi dana sebesar satu juta rupiah, biasanya mereka membagikan makanan gratis diwilayah Gasibu, atau membikin perpustakaan jalanan, dikarena beberapa anggota dari kami memiliki kerjaan lain, walaupun tetap ada yang membantu kegiatan tersebut, akhirnya kami memberi duit perbulan dan itu jalan terus, kalau mereka punya event atau movement pasti kita support. Karena kita mikir sepakbola ini bahasa nya luas ya, tidak melulu tentang kemenangan, tidak melelu tentang permainan indah, tetapi masih banyak yang bisa kita kulik tentang sepakbola.” (Jebo, Riverside Forest FC)

”Agar si klub memiliki nilai tambah, bukan hanya tentang bermain bola, apasih yang lebih, agar kita bisa berjejaring dari circel circel terdekat dan

terjauh, dan ketemulah kelompok seperti Dago Melawan, Bandung Supporter Alliance. Seperti kemaren teman teman dari Dago Melawan memobilisasi masa, mereka mengupload video kemudian men tag kami, akhirnya kami repost, itukan juga salah satu bentuk dari kegiatan sosial melalui media sosial." (Shamroog, BDB)

Dalam kehidupan bermasyarakat, berbagai tantangan sosial sering kali muncul dan membutuhkan perhatian serta tindakan nyata dari individu maupun kelompok yang peduli terhadap perubahan. Gerakan sosial menjadi salah satu bentuk respons terhadap berbagai permasalahan yang terjadi di sekitar kita. Banyak gerakan sosial lahir karena adanya dorongan dari masyarakat yang mengalami langsung permasalahan tersebut dan berharap adanya solusi. Namun, tak jarang pula gerakan sosial berawal dari inisiatif individu atau kelompok yang memiliki visi dan kepedulian untuk melakukan perubahan tanpa harus menunggu adanya aduan. Seperti gerakan sosial yang pernah dilakukan oleh Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade, sama-sama berdasarkan atas aduan masyarakat dan inisiatif dari pihak mereka sendiri.

"Sebenarnya lebih ke inisiatif sendiri sih, jarang dari aduan masyarakat. Contoh, gerakan sosial yang sudah-sudah, itu berdasar inisiatif sendiri, seperti Dago Elos, kita bekerja sama dengan BSA (Bandung Suporter Alliance) kita menawarkan diri." (Essa, Riverside Forest FC)

"Sebetulnya sih kebanyakan dari teman-teman, karena rekomendasi dari teman-teman, teman yang sering nongrong bareng kami (Birds Death Brigade ataupun Riverside Forest FC) ataupun teman yang dari luar. Biasanya dari keresahan sekitar dulu, kemudian kami sendiri yang menawarkan inisiatif sendiri." (Dinan, BDB)

"Dua duanya ada, jadi kalau Dago Elos kan ngajak beraliansi dengan teman-teman BSA (Bandung Supporter Alliance), karena agar suara mereka bisa di dengar dan kita disana bantu membuat festival sepakbola, sharing session, diskusi itukan biar didengar, kalau inisiatif seperti melakukan coaching clinic, berkolaborasi dengan beberapa pihak, seperti jersey kolaborasi dengan band Los Fastidios itu menyuarakan tentang "Love Football Hate Racism", kemudian kolaborasi dengan Weekend Offender tentang program grassroots nya, kemudian dengan band The Dare pesan yang ingin disampaikan adalah tidak ada pelecehan seksual di dalam sepakbola maupun konser dan kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan." ini (Jebo dan Shamroog- Perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Di tengah dinamika sosial yang semakin kompleks, partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai aksi kolektif menjadi kunci dalam menciptakan perubahan yang nyata. Banyak isu sosial, lingkungan, dan kemanusiaan membutuhkan keterlibatan bersama agar dampaknya lebih luas dan berkelanjutan. Namun, kenyataannya, tidak semua orang memiliki dorongan atau kesadaran untuk ikut serta. Beberapa mungkin merasa bahwa

kontribusi mereka tidak akan memberikan perubahan signifikan, sementara yang lain ragu karena kurangnya informasi atau kepedulian. Untuk meyakinkan aksi kolektif sebagai bentuk perlawanan bersama oleh rakyat dengan upaya bersama dan solidaritas dalam interaksi yang berlanjut. Mereka terus melakukan komunikasi dengan pihak-pihak terkait, mulai dari melakukan pertemuan rutin, hingga terus berjejaring dengan teman-teman diluar sana.

“Tidak ada spesifik sih, kita berjalan organik aja, sesimple kita mau melakukan campaign kita posting di media sosial, itu masa nya akan datang sendirinya aja.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Motivasi sih yang pasti, kalau dari supporter sendiri sih menanamkan semangat berkolektif, biasan Postingan akun X Birds Death Brigade terkait Aksi Sosial ya memberitahu melalui media sosial, kalau di tribun stadion selalu rajin memberitahu kepada sekitar akan semangat kolektif, untungnya dari kami (Birds Death Brigade dan Riverside Forest FC) memiliki masa yang sangat solid.” (Dinan, BDB)

“Kita kan sering ada meeting mingguan, biasanya ketika mulai bosan, kita membuat gerakan misal, coret coret spanduk motivasi, dan juga yang penting banyak ketemu nongkrong agar komunikasi nya tetap terjaga, berjejaring sana sini saja” (Jebo, Riverside Forest FC)

“Kalau untuk motivasi itu kita menerapkan semangat kebersamaan aja, seperti contoh kalau kita mau bikin baner atau spanduk spanduk pesan itu kita anak anak bdb bareng-bareng, seperti contoh, kemaren ada perang dunia antara ukraina dan rusia kita mencoba membawa pesan itu, si klub kita bantu pendanaan dan kita supporter membentangkan pesan tersebut ketika match” (Shamroog, BDB)

Melihat dari berbagai aksi dan upaya yang telah dilakukan sejauh ini, tentu ada banyak faktor yang memengaruhi keberhasilan sebuah gerakan, termasuk dukungan dan partisipasi dari masyarakat. Peran masyarakat dalam sebuah aksi sering kali menjadi penentu seberapa besar dampak yang bisa dihasilkan. Dengan adanya keterlibatan aktif dari berbagai pihak, baik dalam bentuk dukungan moral, partisipasi langsung, maupun penyebaran informasi, tentunya harapannya adalah aksi yang dilakukan dapat berjalan lebih efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan. Banyak pihak masyarakat yang turut membantu dalam melancarkan aksi gerakan sosial yang diusung, mulai dari warga lokal hingga teman-teman yang kerap melakukan gerakan sosial dengan upaya bersama dan bentuk kesolidaritan, sehingga menciptakan perlawanan yang solid.

“Alhamdulillah nya berhasil ya, dan masyarakat cukup puas terutama yang Dago Elos situ, dan juga kita dibantu banyak pihak mulai dari awal gerakan itu terbentuk hingga berhasil menang di persidangan.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Berhasil, tidak ada gangguan selama ini, untuk saat ini aksi sosial yang kami lakukan masih aman-aman saja, cuman kalau aksi dikota kehalang oleh pihak polisi. Alhamdulillah kalau peran masyarakat sangat membantu, sangat berpengaruh kalau disini (Bandung).” (Dinan, BDB)

Dalam setiap gerakan sosial, keberhasilan tentu tidak terlepas dari peran serta berbagai pihak yang memiliki solidaritas tinggi dalam memperjuangkan tujuan bersama. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan kembali bentuk-bentuk solidaritas yang telah kalian lakukan sehingga gerakan sosial tersebut dapat mencapai keberhasilan. Apakah kalian telah membangun komunikasi yang intens untuk menjaga kekompakan. Atau mungkin, terus berjejaring dengan teman-teman di luar sana guna memperluas dukungan dan memperkuat gerakan. Berbagai upaya ini menjadi kunci dalam menciptakan perubahan yang nyata dan berkelanjutan. Adapun berbagai bentuk kesolidaritan yang mereka lakukan, mulai dari komunikasi yang intens, hingga terus berjejaring dengan teman-teman diluar sana.

“Paling cukup dengn komunikasi yang intens sih, dalam artian komunikasi harus berjalan terus menerus dan saling berjejaring dengan teman-teman yang lain.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Intinya komunikasi itu saling nongkrong, sering berdiskusi, kemudian kalau pergerakan itu harus weekend, karena banyak dari kami yang sibuk kuliah dan bekerja, intinya sih saling berjejaring dengan teman-teman diluar sana dan regenarasi itu harus ada.” (Dinan, BDB)

C. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

Dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, terdapat berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Komunikasi yang berhasil tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan proses komunikasi itu sendiri. Beberapa faktor dapat menjadi pendukung dalam menyusun strategi komunikasi, seperti pemahaman yang baik terhadap audiens, pemilihan media komunikasi yang tepat, serta kejelasan dan konsistensi dalam penyampaian pesan. Namun, di sisi lain, ada pula tantangan dan hambatan yang bisa menghalangi efektivitas komunikasi, seperti kurangnya pemahaman terhadap karakteristik audiens, gangguan dalam saluran komunikasi, hingga perbedaan budaya dan bahasa yang bisa menyebabkan miskomunikasi. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Untuk tahapan penyusunan strategi komunikasi dalam merancang pesan yang efektif tentu saja ada berbagai faktor, mulai dari faktor pendukung hingga faktor

penghambat. Seperti yang telah dialami oleh rekan-rekan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade sebagai berikut:

“Kalau untuk faktor pendukung komunikasi, kita dari lingkaran kecil dulu, jadi ada penanggung jawab nya, mealui grup WA. Untungnya kita memiliki masa yang solid, tanpa ada Batasan dari pihak supporter. Mungkin kalau penghambat, biasanya ada yang kontra sama kami aja, tapi itu wajar ya didalam dunia ini, kalau untuk yang gimana-gimana sih tidak ada” (Essa, Riverside Forest FC)

“Faktor pendukung sih, media sosial yang followersnya banyak itu yang paling penting buat kita upload, untuk kita ajak Kerjasama atau bahkan influencer juga di bidang sepakbola, biasa nya kita ajak Kerjasama. Kalau untuk penghambatnya, banyak ide yang berbentur, berbeda dikarenakan banyak nya kepala, maka dari itu biasanya kita menggunakan sistem vote aja.” (Dinan, BDB)

“Faktor pendukung dari kami hingga bisa bertahan hingga sekarang adalah, karena kita tumbuh dan berkembang secara bersama-sama, karena kalau dirunut kebelakang, rata-rata mayoritas satu circle dulu hingga sekarang, itulah power kita, sangat beruntung lah Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade memiliki circle dari dulu, sehingga kita saling percaya semisal dari kami ingin melakukan movement dan kami bisa mensupport. Dan juga bentuk komunikasi kami tidak ada batasan atau pagar dengan para teman-teman diluar sana yang bukan circle kami, intinya jangan ada jarak dan terus berjejaring dengan teman-teman lain, sehingga membuat banyak mendapat dukungan. Sedangkan untuk penghambat, banyak yang belum mengerti dan memahami konsep movement awal kita, seperti konsep “punk football” yang sering disalah artikan, dan pada akhirnya menjadi opini liar diluar sana” (Jebo dan Shamroog- Perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Dalam setiap gerakan sosial, memahami siapa yang ingin kita jangkau bisa menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Beberapa kelompok atau individu memilih untuk secara aktif mengidentifikasi target audiens mereka, memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pihak yang paling relevan dan memiliki potensi untuk terlibat lebih jauh. Di sisi lain, ada juga yang lebih memilih pendekatan organik, membiarkan pesan menyebar secara alami dan menarik perhatian mereka yang benar-benar tertarik tanpa intervensi yang terlalu terstruktur. Adapun sangat penting mencari tahu target audiens sebelum menjalankan gerakan sosial. Dalam hal ini Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade telah mencari tahu target audiens, seperti yang telah dijelaskan oleh narasumber sebagai berikut.

“Kalau itu sih berjalan dengan organik aja ya. Contoh, Riverside kan bukan dari Bandung aja ya, pernah ada satu moment anak anak dari kota tetangga (Jakarta) ingin nonton Riverside, itu tidak jadi masalah, cuman jangan membawa-bawa klub local daerah, cukup mendukung Riverside aja. Jadi kita tidak memilah-milih mau siapa, bebas-bebas saja asal mendukung Riverside dan berjalan dengan organik saja untuk audiens.” (Essa, Riverside Forest FC)

”Kalau kita sih berjalan secara organik, karena kita didalam dunia sepakbola terutama supporter sudah belasan tahun dan puluhan tahun, jadi kita berjalan organik saja dan tidak mencari audiens seperti apa, harus ikut apa yang kita bikin, tumbuh dengan organik saja sih.” (Dinan, BDB)

“Kalau dari kami (Riverside Forest FC dan tema-teman Birds Death Brigade) itu berjalan organik saja mas, dalam artian siapa yang mau ikut dan support pasti kami rangkul. Tidak ada pengelompokan sih sejauh ini (Jebo dan Shamroog- Perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Pemilihan media komunikasi sangatlah penting guna mendukung keberhasilan gerakan sosial yang dilakukan. Dalam era digital seperti sekarang, media sosial dan platform online semakin menjadi bagian dari kehidupan kita, termasuk dalam kegiatan gerakan sosial. Banyak orang memanfaatkan internet untuk menyebarkan pesan, menggalang dukungan, dan mengorganisir aksi sosial dengan lebih cepat dan luas dibandingkan sebelumnya. Di sisi lain, kegiatan sosial yang dilakukan secara langsung atau offline tetap memiliki daya tarik tersendiri, terutama dalam membangun keterlibatan emosional, interaksi nyata, dan dampak langsung di lapangan. Dengan adanya dua pendekatan ini online dan offline tentu saja ada dinamika yang berbeda dalam cara orang merespons dan berpartisipasi maka dari itu penting untuk mencari tahu respon apakah ada perbedaan ketika melakukan gerakan sosial melalui media online dan offline.

“Kalau di offline mungkin perbedaannya karena dari anak-anak ada ide apa akita tinggal jelasin selesai, jadi tidak ada miskom untuk kedepannya. Kalau di online, kita kan gatau siapa aja, semisal di media online bersuara nya untuk apa dulu nih, kalau se visi-misi kita akan support.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Sebetulnya ada, pasti ada perbedaan pendapat, walaupun bukan dari teman sendiri, seperti contoh ketika kita pertama kali menggunakan konsep “punk football” ini banyak yang salah tangkap, banyak yang mengira itu dari “musik punk” padahal, “punk football” ini kolektifitas nya yang harus dipahami. Nah biasanya berbenturan seperti itu karena ke tidak pahaman.” (Dinan, BDB)

Jika kita berbicara mengenai aksi gerakan sosial, tentu ada banyak cara yang bisa dilakukan untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari masyarakat luas. Beberapa gerakan mungkin berjalan secara organik tanpa strategi khusus, berkembang secara alami seiring dengan meningkatnya kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu yang diangkat. Namun, di sisi lain, ada pula kelompok yang secara aktif menerapkan strategi tertentu untuk memastikan pesan mereka tersampaikan dengan lebih efektif. Salah satu metode yang paling sering digunakan dalam era digital saat ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi utama. Melalui berbagai platform seperti Instagram, Twitter, mereka dapat menyebarkan informasi secara luas dan cepat, mengajak lebih banyak orang untuk terlibat, serta membangun solidaritas

dalam gerakan yang mereka usung. Dengan begitu, meskipun terkadang gerakan sosial bisa tumbuh tanpa strategi yang terlalu terstruktur, penggunaan media sosial tetap menjadi salah satu pendekatan yang paling efektif dalam menyuarakan aspirasi dan memperkuat dampak gerakan tersebut. Strategi yang mereka lakukan berjalan dengan organik saja tidak ada strategi khusus, untuk menciptakan sebuah gerakan. Salah satu strategi yang sering mereka lakukan adalah, memberitahu kepada masyarakat melalui media sosial tentang gerakan sosial yang ingin diusung. Cara untuk meyakinkan gerakan sosial tersebut:

“Tidak ada sih, berjalan dengan sendirinya aja dalam artian organik saja.” (Essa, Riverside Forest)

“Strategi khusus sih intinya, harus kenal dengan warga lokal dan tokoh yang berpengaruh disana, kemudian sama influencer yang berpengaruh terhadap gerakan sosial itu.” (Dinan, BDB)

“Tidak ada tetap berjalan organik dan terus berjejaring dengan teman-teman sepergerakan, khususnya di dalam pertemanan lingkup sepakbola (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Dalam perjalanan memperjuangkan perubahan sosial, menjaga semangat dan kesinambungan sebuah gerakan sering kali menjadi tantangan tersendiri. Banyak gerakan sosial yang awalnya penuh gairah, tetapi kemudian kehilangan momentumnya seiring berjalannya waktu. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya koordinasi, menurunnya partisipasi, atau tantangan eksternal yang menghambat laju perjuangan. Oleh karena itu, strategi dalam mempertahankan momentum menjadi sangat krusial agar sebuah gerakan tetap relevan dan berdampak dalam jangka panjang. Adapun strategi untuk mempertahankan momentum yang biasa Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade lakukan cukup dengan hanya melakukan komunikasi secara rutin, baik itu secara offline ataupun melalui media sosial.

“Cara mempertahankannya dalam artian solid aja sih, gada strategi-strategi yang penting solid aja, berkomunikasi secara terus menerus, dan saling follow up.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Kita terus membuat campaign, intinya jangan berhenti membuat campaign di medsos sama balik lagi, harus berkomunikasi dengan teman-teman aja, ketemu saling diskusi.” (Dinan, BDB)

“Terus berjejaring dengan kelompok lain dan tetap organik sehingga kelompok lain mengajak pihak Riverside Forest FC dan BDB” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Membangun kepercayaan dalam sebuah gerakan sosial bukan hanya tentang menyampaikan visi dan misi, tetapi juga bagaimana kita bisa membangun hubungan

yang kuat dengan para pendukung. Untuk meyakinkan mereka, kita harus menunjukkan bahwa gerakan ini memiliki tujuan yang jelas, manfaat yang nyata, serta strategi yang efektif dalam mencapai perubahan yang diinginkan. Selain itu, transparansi dan konsistensi dalam komunikasi menjadi kunci utama agar para pendukung merasa bahwa mereka adalah bagian dari sesuatu yang besar dan berarti. Dengan melibatkan mereka secara aktif, mendengarkan aspirasi mereka, serta memberikan bukti nyata dari dampak yang telah atau akan dihasilkan, kita bisa memperkuat keyakinan mereka terhadap gerakan ini. Kemudian cara untuk meyakinkan para pendukung Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade cukup dengan bukti nyata saja, seperti misalnya melakukan transparansi yang kemudian diberitahukan melalui media sosial masing-masing.

“Cara meyakinkan sih dengan bukti nyata aja, kemudian kita upload di sosial media, dan pada akhirnya saling percaya dan saling transparan aja, apapun pengeluarannya kita harus tetap transparan yang kemudian kita upload di media.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Cara meyakinkan sih harus dijelasin tujuan dan maksudnya aja, yang penting tidak mengganggu sekitar, tidak merusak lingkungan sekitar, pasti banyak masyarakat nanti yang akan mendukung, sejauh itu sih kita berhasil ya.” (Dinan, BDB)

"Melakukan transparansi, jangan sampai kita bikin gerakan sosial, seperti contohnya donasi uang nya lari kemana, itukan bahaya ya, makanya kita terus melakukan transparansi, dan disebar melalui media sosial seperti Instagram dan X." (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

RIVERSIDE FOREST FC		CLUB CASHFLOW STATEMENT	
Matchweek 5-7		Sunday, March 13 2022	
Previous balance	Rp	7,903,400	
Abroad Sales profit 21 Feb - 5 Mar, PRUNG	Rp	6,200,000	
Abroad Sales profit 6 Mar - 12 Mar, PRUNG	Rp	285,000	
Collective Joy Support Fund - Bucket Of Love	Rp	1,001,000	
Collective Joy Support - Sanction	Rp	2,130,000	
Total	Rp	17,510,400	
Cost			
28 Feb Football Pitch Rent	Rp	600,000	
28 Feb Supporters Creativity Fund	Rp	225,000	
2 Mar Promotional	Rp	410,000	
2 Mar Laundry	Rp	50,000	
4 Mar Mineral Water	Rp	300,000	
5 Mar Supporters Creativity Fund	Rp	300,000	
6 Mar Match Fee (Matchweek 5)	Rp	1,750,000	
6 Mar Match Consumption	Rp	660,000	
6 Mar Operational	Rp	60,000	
6 Mar Ice Cube	Rp	25,000	
6 Mar Yellow Card 2 Pcs	Rp	50,000	
7 Mar Laundry	Rp	80,000	
7 Mar Match Consumption	Rp	660,000	
8 Mar Sanction Payment	Rp	2,000,000	
8 Mar Bank Transfer Fee	Rp	2,500	
9 Mar Ballboy Hospitality Fee	Rp	130,000	
9 Mar Ice Cube	Rp	10,000	
9 Mar Match Fee (Matchweek 6)	Rp	1,750,000	
9 Mar Laundry	Rp	50,000	
9 Mar Yellow Card 1 Pcs	Rp	25,000	
9 Mar Laundry	Rp	50,000	
10 Mar Match Consumption	Rp	660,000	
11 Mar Official Jacket	Rp	1,750,000	
11 Mar Meeting Consumption	Rp	100,000	
12 Mar Supporters Creativity Fund	Rp	300,000	
12 Mar Match Fee (Matchweek 7)	Rp	1,750,000	
13 Mar Yellow card 4 Pcs	Rp	100,000	
13 Mar Mineral Water	Rp	1,750,000	
13 Mar Ice Cube	Rp	5,000	
13 Mar Football Pitch Rent	Rp	600,000	
Total	Rp	14,412,500	
Current Balance	Total	Rp	3,097,900

Gambar 3.7 Laporan Hasil Cashflow Melalui Instagram

Gerakan sosial yang kuat tidak hanya bergantung pada aksi awalnya, tetapi juga pada strategi keberlanjutan yang efektif. Lalu, bagaimana cara mempertahankan gerakan sosial agar kampanye dapat terus menarik perhatian peserta. Dalam dunia yang terus berkembang, berbagai gerakan sosial telah muncul sebagai bentuk respons terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Namun, mempertahankan momentum sebuah gerakan bukanlah perkara mudah. Banyak kampanye sosial yang awalnya mendapat perhatian luas, tetapi seiring waktu mengalami penurunan partisipasi dan kehilangan daya tariknya. Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat agar sebuah gerakan dapat tetap relevan dan menarik minat masyarakat. Dengan begitu, kampanye yang dilakukan tidak hanya menjadi wacana sesaat, tetapi mampu menghasilkan perubahan nyata dalam jangka panjang. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade menjelaskan.

“Paling kita tetap bersuara aja di media sosial ya, untuk sekarang sih Riverside sudah enak ya dalam artian dapat dipercaya jadi anak-anak ya tinggal langsung aja bergerak, asal narasi nya jelas.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Kita lebih sering komunikasi, terjun langsung ke lapangan. Semmisal banyak anak-anak muda yang membuat acara kita datengin kemudian kite berpesan bahwa melalui sepakbola ini banyak isu yang bisa diangkat.” (Dinan, BDB)

“Cukup memberitahu di media sosial dan memberitahu lewat mulut ke mulut. Dan kita berjalan secara sukarela tidak ada paksaan.” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Di tengah berbagai tantangan sosial yang dihadapi, Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade berupaya memotivasi para partisipasi aktif dari setiap individu, sangat dibutuhkan untuk mencapai perubahan yang lebih baik. membangun kesadaran dan menggerakkan orang lain untuk turut serta dalam sebuah gerakan bukanlah hal yang mudah. Motivasi adalah kunci utama dalam mendorong individu untuk terlibat secara aktif, baik dalam skala kecil maupun besar. Namun, bagaimana cara kita dapat memotivasi orang lain agar mau terlibat dalam aksi kolektif. Dengan memahami faktor-faktor yang dapat menginspirasi orang lain, kita dapat menciptakan lingkungan yang mendukung serta membangun semangat kebersamaan dalam mencapai tujuan bersama.

“Tidak ada sih, organik aja, pernah ada moment ketika pasargratis yang kita bagiin nasi bungkus, tiba-tiba ada yang DM akun Riverside ingin membantu juga, itu berjalan organik aja, mungkin karena orang-orang udah percaya dengan Riverside karena sering ikut keterlibatan aksi sosial.” (Essa, Riverside Forest FC)

”Motivasi nya paling kita dari orang yang berpengaruh, misalnya dari Birds Death Brigade yang muda tidak berpengaruh, nanti kita lewat yang di tuakan, nah biasanya termotivasi karena melihat sosok tersebut.” (Dinan, BDB)

"Kita kan sering ada meeting mingguan, biasanya ketika mulai bosan, kita membuat gerakan misal, coret coret spanduk motivasi, dan juga yang penting banyak ketemu nongkrong agar komunikasi nya tetap terjaga, berjejaring sana sini saja" (Jebo, Riverside Forest FC)

Kalau untuk motivasi itu kita menerapkan semangat kebersamaan aja, seperti contoh kalau kita mau bikin baner atau spanduk spanduk pesan itu kita anak anak bdb bareng bareng, seperti contoh kemaren ada perang dunia antara ukraina dan rusia kita mencoba membawa pesan itu, si klub kita bantu pendanaan dan kita supporter membentangkan pesan tersebut ketika match" (Shamroog, BDB)



Gambar 3.8 Kegiatan Malam Keakraban

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Dalam setiap gerakan sosial yang Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade lakukan, cara sebuah pesan disampaikan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan efektivitasnya aksi tersebut. Tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dibingkai agar dapat menarik perhatian, membangun kesadaran, dan memengaruhi opini publik. Pembingkaiian pesan yang tepat dapat memperkuat tujuan gerakan sosial, membangun solidaritas, serta mendorong aksi kolektif. Oleh karena itu, pemilihan dan penyusunan pesan bukanlah hal yang dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui pertimbangan yang matang, mencakup analisis terhadap audiens, konteks sosial, serta dampak yang ingin dicapai. Lalu, mengapa pembingkaiian pesan menjadi begitu krusial dalam gerakan sosial, dan apa saja faktor yang memengaruhi pemilihan pesan tersebut.

"Kalau itu kebanyakan di banner terutama dalam sepakbola ya, pesan untuk semua penggemar sepakbola, semisal banner bertulisan Football For All yang ada dijersey juga, pesan untuk tragedi Kanjuruhan, dan pertimbangan nya adalah. Ya, karena sepakbola berhak di mainkan siapa saja tanpa memandang apapun dan kalau yang Kanjuruhan ya, karena nyawa manusia tidak sebanding

dengan sepakbola, sepakbola seharusnya buat hiburan, dan untuknya kita cukup punya supporter yang solid, sehingga pesan itu bisa sampai dan berhasil.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Biasanya kita visual, dengan cara membentangkan banner-banner pesan isu sosial, kemudian diupload melalui media sosial, dan pertimbangannya karena dari visual kemudian digital, pasti banyak yang tertarik dengan dua hal ini, nanti pesannya pasti luas dan akan tersampaikan.” (Dinan, BDB)

“Iya, kalau untuk pementasan pesan yang dipilih kita bisa melalui banner yang berisi pesan, yang nantinya kita pasang di tribun, kemudian melalui poster poster yang kita sebar melalui media sosial masing-masing, baik individu ataupun kelompok.” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)



Gambar 3.9 Banner Tribun Supporter

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade



Gambar 3.10 Gerakan Sosial Dalam Bentuk Flyer

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Terkadang, dalam menjalankan sebuah gerakan sosial, kita sering kali berfokus pada tujuan utama dan strategi yang telah dirancang. Namun, tanpa disadari, lingkungan pertemanan dan jaringan sosial yang kita miliki juga memainkan peran penting dalam membentuk arah serta pendekatan yang kita pilih. Relasi dengan teman-teman sesama

aktivis, komunitas, atau bahkan individu di luar lingkaran utama dapat memberikan perspektif baru, sumber daya tambahan, serta dukungan moral yang sangat berharga. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana pengaruh jaringan sosial ini terhadap keputusan strategis yang kita ambil dalam sebuah gerakan sosial.

“Kalau itu cukup membantu ya, terutama kaya isu Palestine, semua klub collective setuju, selain itu kita juga saling support ya, ketika teman teman diluar sana terjadi apa-apa kita bantu, seperti misalnya yang terjadi di kampung bayan itu. Dan juga Dago Elos itu kita dibantu oleh teman-teman BSA (Bandung Suporter Alliance). Sejauh ini teman-teman sangat positif ya.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Pengaruhnya pasti sangat besar sih, karena setiap tahunnya mereka kan generasi muda ini bertambah usia, nanti akan membuat kelompok-kelompok sendiri, nanti kita (generasi tua) akan merangkul yang lebih muda, nanti pasti dari situ, akan solid sendirinya, jadi untuk pengaruh teman-teman diluar sangat membantu.” (Dinan, BDB)

“Kalau sejauh ini sangat membantu ya teman-teman aktivis lainnya, seperti contoh nya, yaitu, kita berhasil membuat Dago Elos menang, dalam artian gerakan kita berhasil dan didengar oleh masyarakat luas.” (Jebo dan Shamroog-perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)



Gambar 3.11 Gerakan Sosial Dengan Spanduk

Sumber: Dokumentasi Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade

Bentuk aktivisme atau gerakan sosial yang umum dikenal biasanya merupakan aksi langsung, seperti kampanye, protes, boikot, demonstrasi, ataupun membentuk komunitas, mempromosikan gagasan, menulis surat dan petisi. Sejak adanya media sosial, gerakan sosial tidak sepenuhnya dilakukan secara langsung, Aktivisme digital yang mereka lakukan sebagai bentuk protes biasanya melalui tagar-tagar yang bermunculan di media sosial dan media sosial berperan penting dalam kegiatan

aktivisme mereka. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade juga beberapa kali kerap melakukan gerakan sosial melalui media sosial.

“Kalau untuk itu sih sering ya, banyak. Semisal, ada isu A kita pasti bersuara, ada isu B kita juga bersuara, jadi terus menerus seperti itu aja sih. Kalau untuk menggunakan tagar sih kita pernah seperti, #kanjuruhanbelumusai #footballforall mungkin seperti itu.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Pernah, yaitu seingat saya ketika peristiwa Dago Elos kita menggunakan #dagomelawan, isu kanjuruhan juga kita menggunakan #kanjuruhanbelumusai kurang lebih seperti itu. Kemudian kalau kegiatan sosial melalui online paling lewat Instagram, karena kita memiliki followers yang aktif, insight nya juga luas, disitu biasanya kita melakukan aktivisme digital.” (Dinan, BDB)

Di era digital yang semakin berkembang pesat, teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan kita, termasuk bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam demokrasi. Jika dulu ruang-ruang demokrasi lebih banyak didominasi oleh pertemuan fisik, diskusi di forum terbatas, dan media massa sebagai perantara utama, kini media sosial dan platform digital telah menghadirkan berbagai cara baru bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapatnya. Aktivisme digital telah menjadi salah satu alat yang ampuh dalam menggalang dukungan, menyebarkan informasi, serta menekan kebijakan publik dengan lebih cepat dan luas. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade menyatakan, bahwasannya media digital menjadi ruang demokrasi baru.

“Kalau disebut membuka ruang demokrasi, sangat bisa. Seperti contohnya, ketika kita upload apapun itu ke media sosial jadi bahan diskusi bareng-bareng gitu.” (Essa, Riversdie Forest FC)

“Iya, betul sangat membuka ruang demokrasi, jadi kadang kalau suka ada yang keablasan, saking berpengaruhnya media sosial sekarang. Tetapi dengan adanya media sosial juga, menjadi ruang diskusi buat teman-teman yang tidak bisa berpartisipasi secara offline.” (Dinan, BDB)

“Jelas sangat membuka, seperti arah kebijakan kebijakan dari klub. Contoh, pada saat kita di ban dari kompetisi Bandung Premier League, kita melakukan voting melalui medsos, kemudian pemilihan pada saat kita tidak mengikuti tournamet karena harus mewajibkan menempel sponsor di depan, jadi demokrasi di digital sangat berpengaruh tentang arah klub yang dilakukan oleh BDB yaitu melalui voting di medsos.” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam gerakan sosial. Banyak kelompok dan individu memanfaatkan platform seperti Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade yang melakukan komunikasi melalui media seperti

Instagram, Twitter untuk menyebarkan informasi, menggalang dukungan, serta mengorganisir aksi yang bertujuan untuk perubahan sosial.

“Peran media sosial cukup membantu sih, salah satunya mampu memobilisasi masa diluar.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Oh, tentunya sangat membantu, media sosial sangat membantu, membuat jadi lebih mudah untuk berkomunikasi lagi.” (Dinan, BDB)

“Sangat aktif ya, hampir 75% dari media sosial, selebih nya dari pertemuan pertemuan, sosmed cuma sebagai penekan ada aktivisme sosial, seperti di Dago Elos kita berjejaring dengan Dago Melawan nya, akhirnya kita bikin konten terkait festival sepakbola, untuk menyuarakan Dago Melawan nya, jadi selain di sosmed nya kita juga terjun langsung ke lapangan nya, karena sekarang era digital jadi peran sosmed sangat berpengaruh.” (Jebo dan Shamroog- perwakilan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade)

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, cara individu ataupun kelompok dalam menyuarakan aspirasi serta memperjuangkan perubahan sosial juga mengalami transformasi yang signifikan. Dulu, aksi-aksi sosial lebih banyak dilakukan secara langsung di lapangan, melalui demonstrasi, penggalangan dana, atau kegiatan komunitas yang melibatkan interaksi fisik. Namun, dengan hadirnya teknologi dan media online, ruang gerak untuk melakukan perubahan pun semakin luas. Kampanye digital, petisi online, serta penyebaran informasi melalui media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perbedaan antara melakukan gerakan sosial melalui media online dan turun langsung ke lapangan agar strategi yang diterapkan dapat lebih efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade menjelaskan sebagai berikut.

“Perbedaan nya mungkin kalau untuk terjun langsung kelapangan, cuma untuk beberapa orang saja ya. Tapi kalau untuk di media kan bisa siapa saja untuk berpartisipasi, mungkin bisa berkali-kali lipat gitu ya. Kalau di media kan siapa saja bisa gabung, kalau terjun ke lapangan paling tidak harus dikota tersebut.” (Essa, Riverside Forest FC)

“Ada perbedaan nya sih, kalau terjun langsung mungkin lebih terasa real nya ikut pergerakan, tidak hanya omong doang, usul doang ketika terjun kita benar-benar merasa apa yang dia rasa, ada aksi nyata nya. Kalau media online hanya bisa menyemangati saja yang ikut aksi nyata.” (Dinan, BDB)

Media sosial kini menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan informasi, membangun kesadaran, serta menggalang dukungan dari berbagai lapisan masyarakat. Dengan kemampuannya menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat, media sosial kerap digunakan sebagai platform untuk menyuarakan aspirasi, mengorganisir

aksi, dan mempengaruhi opini publik. Beberapa gerakan sosial yang dilakukan Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade, seperti #Kanjuruhanbelumusai, Dago Melawan, hingga berbagai aksi solidaritas mereka, menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang kuat dalam mobilisasi massa. Namun, efektivitasnya masih sering menjadi perdebatan. Di satu sisi, kemudahan akses dan kecepatan penyebaran informasi menjadi keunggulan, tetapi di sisi lain, tantangan seperti disinformasi, keterbatasan aksi nyata, serta efek echo chamber juga tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami sejauh mana gerakan sosial melalui media sosial benar-benar mampu menjadi alat yang efektif dalam memobilisasi dukungan massa.

“Lebih efektif, dikarenakan untuk sekarang hampir semua orang menggunakan media sosial, jadi lebih efektif ya., dan hampir seluruh diskusi kita (Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade) di media sosial sangat kondusif” (Essa, Riverside Forest FC)

“Sangat efektif banget kalau untuk memobilisasi masa, cuma kalau untuk nyata sih kita harus publikasi lagi. Kalau medsos hanya untuk penyemangat saja.” (Dinan, BDB)

D. Dinamika Riverside Forest FC dalam sepakbola Indonesia

Dinamika Riverside Forest FC dalam kompetisi sepakbola Indonesia banyak berbagai cerita mulai dari mengikuti kompetisi amatir hingga mereka harus mengikuti liga 3 zona 2 Jawa Barat pada tahun 2024 kemarin. Adapun alasan mereka harus tak melanjutkan kompetisi Bandung Premier League dikarenakan

“Awalnya mengikuti kompetisi Bandung Premier League (BPL) pada tahun 2021, nah awalnya mendapat perhatian dari publik, tribun selalu penuh, mungkin dengan animo yang besar, pihak BPL belum bisa menampung jumlah masa yang banyak, adanya ketakutan dari pihak BPL yang mana, kekurangan tenaga keamanan, dari pihak BPL mungkin takut klub ini menjadi ancaman karena berhubungan dengan pihak polisi terkait keamanan, setiap Riverside Forest FC main, pihak BPL kerap mengeluarkan budget lebih dikarenakan harus membayar pihak keamanan. Singkatnya Riverside Forest FC dicoret dari kompetisi BPL, kemudian Riverside Forest FC mencari kompetisi alternatif lainnya dan 80% mereka ditolak.” (Jebo, Riverside Forest FC)

Pada akhirnya mereka sempat mengikuti kompetisi resmi dibawah naungan PSSI, agar si klub terus berjalan, mulai dari situ mereka juga membentuk struktur organisasi

“Awalnya kita harus mengikuti kompetisi yang rutin, yang terus ada, akhirnya kita voting untuk menentukan arah klub, akhirnya sekitar 60% sepakat untuk mengikuti liga 3 zona 2, kan pilihannya mengadakan Sunday League, ikut liga 3 dibawah naungan PSSI. Ya, akhirnya itu mau ga mau kita ikut, maka dari itu kita harus daftar sebagai asprov, nah dikesepakatan itu kita harus membikin akta pendirian yang berbentuk PT.” (Jebo, Riverside Forest FC)

Mereka juga sempat ingin melakukan uji tanding dengan klub Arema Indonesia tepat pada saat tanggal memperingati hari tragedi Kanjuruhan 1 Oktober 2023 di stadion Kebo Giro, Boyolali namun karena lagi-lagi tidak mendapat izin keamanan, akhirnya laga tersebut batal.

“Jadi awalnya banyak faktor ya itu, mungkin tau Riverside Forest FC ini dari Bandung, terus kan kita melawan Arema Indonesia, padahal bukan Arema FC, sebenarnya adanya tujuan pertandingan itu buat charity, buat para korban Kanjuruhan. Akhirnya kita memutuskan untuk venue nya ditengah-tengah pulau Jawa (Jawa Tengah) sudah mendapatkan izin dll, tiba-tiba kami dikabarkan oleh pihak panpel acara dibatalkan karena tidak mendapatkan izin dari kepolisian, sampai pada akhirnya ada statement dari pihak Polda Jawa Tengah, segala yang berhubungan Arema dilarang main di Jawa Tengah.” (Shamroog, BDB)

E. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menjadi elemen terpenting dalam aktivitas aktivisme sosial yang dilakukan oleh Riverside Forest FC dan kelompok suporter Bird Death Brigade (BDB). Sebagai klub sepakbola amatir yang mengedepankan nilai-nilai kolektif dan solidaritas, strategi komunikasi yang mereka jalankan bersifat organik, adaptif, dan berbasis jejaring komunitas. Aktivisme sosial yang mereka lakukan, baik secara daring maupun luring, dibentuk berdasarkan pengalaman langsung, kedekatan emosional dengan isu yang diperjuangkan, dan keberpihakan pada kelompok masyarakat yang termarginalkan.

Tujuan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Riverside Forest FC dan BDB dapat dikategorikan ke dalam tiga hal utama. Pertama, mereka ingin membangun pemahaman bersama mengenai pentingnya sepakbola sebagai medium perubahan sosial. Klub dan suporter berupaya menunjukkan bahwa sepakbola tidak hanya soal pertandingan, tetapi juga tentang bagaimana ruang tersebut dapat digunakan untuk menyuarakan isu-isu kemanusiaan, keadilan, dan solidaritas. Hal ini tampak dari keterlibatan mereka dalam kampanye seperti #FootballForFriendship dan #DagoMelawan, serta kolaborasi dengan beberapa kelompok musik atau brand yang membawa nilai-nilai serupa.

Kedua, strategi komunikasi mereka bertujuan untuk membentuk penerimaan publik, terutama komunitas lokal dan para pendukung, terhadap pesan-pesan sosial yang dibawa. Dalam hal ini, kegiatan sosial bukan hanya dijalankan sebagai aksi satu arah, tetapi dikomunikasikan secara transparan dan partisipatif. Misalnya, melalui penggunaan media sosial, mereka menyampaikan perkembangan kampanye, laporan keuangan donasi, serta ajakan keterlibatan yang terbuka bagi siapa saja. Proses ini menjadi ruang

dialog antara klub, suporter, dan masyarakat luas untuk menerima keberadaan gerakan mereka sebagai bagian dari masyarakat.

Ketiga, strategi komunikasi yang diterapkan dimaksudkan untuk mendorong tindakan nyata dari publik. Setiap pesan yang disampaikan melalui media sosial, kegiatan langsung, hingga pernyataan simbolik seperti banner dan jersey bertujuan untuk memotivasi audiens melakukan aksi kolektif. Dorongan tersebut tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga dibangun melalui kedekatan emosional, rasa kebersamaan, dan ajakan langsung. Aktivitas seperti festival sepakbola di lahan penggusuran Dago Elos, kolaborasi dengan Rumah Bintang, hingga penggalangan dana korban bencana menjadi contoh dari implementasi strategi ini. Hal ini selaras dengan jawaban narasumber yaitu.

“Tujuan yang kita capai itu mungkin yang pertama, karena kita makhluk hidup ya, bersosial kita bisa ngebantu orang. Contohnya yang Dago Elo situ kita ngebantu warga sekitar untuk mempertahankan haknya yaitu kami merasa ada kepuasan tersendiri ya. Karena sepakbola bukan hanya bermain sepakbola masih banyak yang bisa di explore, seperti campaign kita tentang rumah cemara, keadilan bersepakbola bagi seluruh rakyat Indonesia, jadi kita main sepakbola bisa dinikmati seluruh manusia, tidak harus atlet, bebas siapapun berhak main sepakbola.” (Kang Essa Riverside Forest FC)

“Yang utama sih tujuan kita pengen didengar sebenarnya, karena kita tidak ada pesan untuk berdialog, maka dari itu kita lewat sepakbola. Karena sepakbola penikmat nya global, seperti contoh ketika kami melakukan campaign pajak naik, isu sosial seperti rasis.” (Kang Dinan, BDB)

Efek utama yang diharapkan dari strategi komunikasi ini adalah terbentuknya kesadaran kolektif di antara masyarakat tentang pentingnya peran komunitas dalam mendukung isu-isu sosial. Dengan menyajikan narasi bahwa sepakbola adalah ruang perjuangan, bukan sekadar tontonan, Bird Death Brigade (BDB) dan Riverside Forest FC berharap masyarakat dapat melihat bahwa perubahan sosial dapat dimulai dari hal-hal yang dekat dan sederhana.

Efek lainnya adalah terciptanya solidaritas yang meluas dan berkelanjutan. Melalui komunikasi yang jujur dan terbuka, mereka berharap audiens tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga turut serta menjadi pelaku dalam gerakan. Hal ini tampak dari semakin banyaknya kolaborator yang bergabung dari luar komunitas awal mereka, seperti aktivis lingkungan, komunitas seni, hingga kelompok supporter lain di berbagai kota.

Selain itu, strategi komunikasi mereka juga diharapkan dapat membangun kepercayaan jangka panjang. Dalam konteks ini, transparansi menjadi faktor utama. Laporan keuangan donasi, dokumentasi kegiatan, dan pelibatan langsung publik menjadi

strategi untuk menunjukkan bahwa gerakan yang dibangun tidak bermotif lain selain kepentingan sosial. Kepercayaan inilah yang memungkinkan mereka mempertahankan konsistensi gerakan, sekaligus memperluas jangkauan audiens. Hal ini selaras dengan jawaban narasumber yaitu.

“Perubahan nya sih kita kepengen nya, dari hasil tuntutan itu tercapai dan didengar, walaupun sulit. Nah kalau untuk kami dari supporter maupun klub, semoga tidak merubah tujuan kita awal seperti apasih.” (Kang Dinan, BDB)

“Kalau perubahan pastinya ingin membuat jadi lebih baik. Contoh kalau dari sepakbola, ingin membuat federasi jauh lebih baik, daripada kita bersuara dari luar, mending kita coba masuk kedalam tubuh federasi, maka dari itu kita mengikuti liga dibawah naungan federasi. Terus kalau goals dari segi sosial nya, sama-sama ingin jadi lebih baik. Contoh dari Dago Elos, ingin mengurangi adanya tindakan mafia tanah.” (Kang Essa, Riverside Forest FC)

Strategi komunikasi yang dijalankan Riverside Forest FC dan BDB tidak dibangun dengan pendekatan formal, melainkan melalui proses organik yang terbentuk dari apa adanya, mulai dari pengalaman sekitar, diskusi kolektif, dan adaptasi terhadap situasi sosial yang ada. Namun, proses ini tetap dapat dipetakan dalam empat tahap, yaitu formative research, strategy, tactics, dan evaluative research.

1. Formative Research

Pada tahap ini, kelompok melakukan pengamatan dan mendengar isu-isu yang berkembang di sekitar mereka. Proses riset awal tidak dilakukan melalui metode akademik, melainkan melalui obrolan, pergaulan, dan berjejaring dengan kelompok masyarakat lain. Salah satu contohnya adalah keterlibatan mereka dalam konflik penggusuran tanah di Dago Elos. Isu tersebut diketahui melalui jaringan aktivis, dan kemudian direspon secara spontan dengan membuat kegiatan Festival Sepakbola Dago Elos.

Riset awal juga dilakukan dengan mengamati tren sosial yang sedang ramai, baik di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Tema kampanye, kolaborasi, dan konten media sosial mereka biasanya disesuaikan dengan isu yang sedang banyak dibicarakan, seperti solidaritas Palestina, keadilan bagi korban Kanjuruhan, atau gerakan anti-rasisme. Hal ini selaras dengan pernyataan narasumber yaitu.

“Kita enggak pakai metode kayak survei atau diskusi formal, tapi lebih ke denger cerita dan keluhan dari orang-orang sekitar. Misalnya kasus penggusuran Dago Elos, itu munculnya dari obrolan di tongkrongan bareng aktivis lain. Dari situ kita tangkap bahwa ini isu penting dan harus kita respon bersama-sama,” (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

"Biasanya kita liat dulu, kita punya sumber daya apa, siapa yang bisa desain, siapa yang bisa handle medsos, siapa yang punya koneksi ke komunitas lain. Dari situ kita baru bisa mutusin mau bikin gerakan kayak gimana. Kalau lagi nggak banyak orang yang bisa bantu, ya kita sesuaikan bentuk kegiatannya," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

"Kebanyakan audiens kita itu anak muda yang aktif di media sosial, tapi nggak semua suka bacaan Panjang yang berat gitu. Makanya kita selalu bikin konten yang visual menarik, ringan, tapi tetap bermakna. Kita juga perhatiin topik apa yang lagi mereka peduliin, misalnya isu Palestina atau Kanjuruhan, itu yang jadi bahan kampanye." (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

2. Strategy

Setelah mengenali isu, langkah selanjutnya adalah merumuskan pendekatan strategis. Penetapan tujuan dilakukan secara kolektif, baik melalui diskusi langsung maupun voting di grup WA atau media sosial. Penentuan apakah akan membuat kampanye, mengadakan acara, atau membuat konten digital ditentukan berdasarkan urgensi isu, kapasitas internal, dan kemungkinan kolaborasi eksternal.

Strategi yang diambil lebih sering bersifat reaktif-kreatif ketimbang terencana dalam jangka panjang. Namun, ada pola bahwa strategi selalu mengutamakan kesesuaian pesan dengan audiens, kedekatan dengan isu yang diperjuangkan, serta kesediaan anggota untuk terlibat langsung.

"Kita biasanya ngarahin pesan ke komunitas suporter lain, anak-anak muda, dan kadang juga media lokal. Pertimbangannya ya karena mereka yang paling mungkin tergerak dan punya jejaring untuk nyebarin pesan lebih luas," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

"Pesan biasanya dibentuk bareng-bareng, kadang diskusi di grup WA, kadang pas ketemu langsung. Kita pastiin pesannya relate sama isu dan gaya bahasa yang akrab di kalangan kita. Jadi nggak cuma informatif, tapi juga emosional dan bisa bikin orang merasa terlibat," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

3. Tactics

Taktik komunikasi yang dilakukan sangat beragam, mulai dari penggunaan media sosial (Instagram, X.). Pembuatan visual seperti banner dan poster, penggunaan jersey bertema, hingga aksi langsung seperti festival sepakbola yang diadakan di Dago Elos, pasar gratis, dan coaching clinic. Media sosial menjadi salah satu senjata komunikasi eksternal karena dapat menjangkau audiens lebih luas dan tentunya dengan biaya yang terbilang rendah.

Selain itu, Bird Death Brigade (BDB) dan Riverside Forest FC juga mengedepankan pendekatan visual yang kuat. Mereka menyadari bahwa sebagian besar audiens mereka bukan pembaca aktif, sehingga pesan-pesan aktivisme dibuat dalam bentuk yang sederhana, ringan, dan mudah dicerna. Kalimat-kalimat dalam banner, caption media sosial, dan pesan langsung di tribun dikemas dalam gaya bahasa yang santai tetapi tetap bermakna.

Kegiatan kampanye juga sering kali dikaitkan dengan penjualan merchandise, seperti jersey kolaboratif dengan Rumah Bintang, sebagai cara untuk menggalang dana sekaligus menyebarkan pesan. Hal ini menunjukkan bahwa taktik yang mereka gunakan tidak hanya berorientasi pada komunikasi, tetapi juga mendukung keberlanjutan gerakan.

"Kita bikin festival sepak bola, pasar gratis, coaching clinic, jersey kolaborasi atau tur aksi solidaritas. Di setiap kegiatan itu kita sematkan pesan-pesan sosial, kayak keadilan ruang kota atau solidaritas lintas komunitas. Sasarannya ya warga sekitar, komunitas suporter, dan aktivis lokal," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

"Instagram dan X itu dua kanal utama kita. Kita pilih karena penggunaanya banyak dan visualnya bisa dimaksimalkan. Kontennya biasanya disesuaikan dengan momen, misalnya peringatan tragedi Kanjuruhan, kita upload desain khusus. Kita juga atur ritme unggahan biar konsisten, dan sering berinteraksi dengan membalas komentar atau repost story untuk menjaga interaksi," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

4. Evaluative Research

Tahap evaluasi dilakukan secara informal melalui diskusi kelompok dan observasi terhadap respon audiens. Mereka mengamati bagaimana reaksi publik terhadap pesan yang disampaikan, seberapa luas distribusi konten di media sosial, serta dampak langsung dari kegiatan yang dilakukan. Evaluasi tidak dibakukan dalam bentuk laporan atau sistem penilaian, tetapi dilakukan melalui komunikasi antar personal yang intens.

Salah satu bentuk evaluasi yang efektif adalah keterlibatan audiens dalam kegiatan selanjutnya. Jika kampanye sebelumnya berhasil mendapatkan banyak respon positif dan partisipasi publik, maka akan dijadikan referensi untuk kegiatan berikutnya. Sebaliknya, jika kampanye sepi atau mendapat respon negatif, mereka akan menyesuaikan pendekatan di waktu mendatang.

"Evaluasi biasanya bentuknya obrolan informal aja. Kita lihat dari seberapa rame acara, berapa banyak yang repost konten, atau seberapa cepat jersey kolaborasi laku. Kadang juga kita tanya langsung ke teman-

teman komunitas lain soal pendapat mereka," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

"Menurut kita sih udah lumayan efektif, karena respon dari publik selalu jadi bahan pertimbangan buat kegiatan berikutnya. Tapi ya kita juga sadar masih banyak yang perlu dibenahi, terutama soal keberlanjutan gerakan biar nggak berhenti di satu momen aja," (Essa dan Dinan, perwakilan Riverside Forest FC dan BDB)

F. TRIANGULASI DATA

Pada tanggal 19 Mei 2025, penulis melakukan wawancara terkait Triangulasi Data dengan narasumber Pak Faridhian Anshari, Dosen Komunikasi, Universitas Pancasila - Program Doktor Antropologi Universitas Indonesia. Beliau juga kerap meneliti tentang budaya sepakbola terkhusus supporter, mulai dari supporter di Indonesia hingga mancanegara. Seperti contohnya, beliau meneliti dengan judul:

1. **Unveiling Swearing: Some Football Supporter Rituals in Indonesia**
Membahas praktik ritual dan makna makian di kalangan suporter sepakbola Indonesia.
2. **The Culture of Swearing ‘Anjing’: An Ethnography Study of Indonesia Football Supporters**
Studi etnografi mengenai penggunaan makian di komunitas suporter.
3. **Finding Moments of Indonesian Football Supporters Emotionally Swearing at The Word ‘Anjing’.**
Fokus pada ekspresi emosional suporter saat menonton pertandingan.
4. **Fantasy Premier League: Game dan Pergeseran Budaya Fans Sepakbola di Era Digital**
Meneliti pergeseran budaya fandom akibat permainan digital berbasis sepakbola.
5. **Cerita Para ‘Jastip’ Tiket: Pertukaran Sosial dalam Fenomena Ticket War**
Mengulas praktik jual-beli tiket oleh fans dalam pertandingan sepakbola.
6. **Religious Aspects Behind the Behaviour of Swearing ‘Anjing’: The Perspective of Indonesia’s Religious Leaders**
Mengaitkan fenomena suporter sepakbola dengan pandangan agama terhadap bahasa kasar.

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi unsur penting yang menentukan kredibilitas temuan lapangan. Salah satu cara yang digunakan untuk menjamin keabsahan tersebut adalah melalui teknik triangulasi. Triangulasi tidak hanya dilakukan terhadap sumber atau metode, namun juga dapat melalui pendekatan expert

judgment, yakni dengan menghadirkan pendapat ahli untuk menilai kesesuaian dan keakuratan temuan penelitian.

Menurut Hadi (2016), menjelaskan bahwa dalam konteks penelitian kualitatif, triangulasi berarti “suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal lain untuk pengecekan atau perbandingan data” seperti sumber, metode, teori, bahkan pendapat ahli. Meski demikian, ia juga menyoroti bahwa implementasi expert judgment sebagai bagian dari triangulasi sering kali disalahpahami oleh mahasiswa. Menurutnya, “pemanfaatan penilaian ahli atau expert judgment dalam konteks penelitian kualitatif seperti skripsi merupakan tindakan yang metodologisnya sering keliru karena kurang memahami konteks penggunaannya yang tepat” (Hadi, 2016).

Kendati demikian, expert judgment tetap relevan digunakan dalam konteks triangulasi bila dilakukan secara tepat dan proporsional, yakni dengan menghadirkan pendapat ahli yang relevan terhadap tema penelitian sebagai upaya untuk menguatkan validitas data. Dalam penelitian ini, triangulasi data dilakukan melalui wawancara dengan seorang pakar di bidang komunikasi, guna memberikan penilaian reflektif dan penegasan atas data yang telah diperoleh dari subjek utama. Prosedur ini diharapkan dapat memperkuat hasil interpretasi peneliti serta menunjukkan akuntabilitas metodologis penelitian.

1. Gerakan Sosial dalam Entitas Sepak bola

a. Ideologi Punk Football dan Kontra-Hegemoni

Fenomena klub seperti Riverside Forest FC yang tidak hanya berfokus pada performa olahraga semata, melainkan aktif dalam isu-isu sosial, menandai sebuah bentuk gerakan sosial yang lahir dari ranah budaya populer. Klub ini dikelola secara kolektif oleh para suporternya sendiri dan mengadopsi nilai-nilai ideologi *punk football* yang menolak dominasi sistem sepakbola komersial. Pendekatan ini menempatkan suporter bukan hanya sebagai penonton, tetapi sebagai subjek utama dalam pengambilan keputusan dan arah gerakan klub, termasuk dalam hal aktivisme sosial.

Pendekatan semacam ini memperlihatkan praktik kontra-hegemoni dalam dunia olahraga, di mana sepakbola digunakan sebagai medium ekspresi perlawanan terhadap sistem yang mapan. Dengan tidak mengincar juara atau prestasi kompetitif, klub seperti RFFC membuktikan bahwa sepakbola bisa menjadi ruang alternatif bagi komunitas untuk membangun solidaritas dan

melakukan perubahan sosial. Mereka justru menghindari ambisi berlebih karena menyadari bahwa kompetisi profesional membutuhkan sumber daya finansial besar, yang tidak sesuai dengan semangat kolektif dan kesetaraan yang mereka bangun.

Gerakan ini juga menunjukkan ketahanan kolektif yang tidak umum di klub-klub komunitas lainnya. Banyak klub serupa yang gagal bertahan karena tidak adanya pengelolaan berkelanjutan atau minimnya partisipasi komunitas. Namun, dalam kasus RFFC, keberlanjutan klub sejak 2021 hingga 2025 menunjukkan bahwa ada daya tahan kolektif yang lahir dari ideologi dan loyalitas suporter terhadap nilai-nilai sosial yang dibawa klub.

Dengan demikian, klub seperti RFFC dapat dibaca sebagai ekspresi konkret dari gerakan sosial berbasis komunitas yang menggunakan olahraga sebagai kendaraan transformasi sosial. Mereka menjadi contoh nyata bahwa olahraga tidak hanya bisa menjadi hiburan atau ajang kompetisi, tetapi juga sarana untuk membangun nilai-nilai perlawanan, kesetaraan, dan solidaritas. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Pada dasarnya konsep mereka ini berbeda dengan klub pada umumnya, yang mana klub klub tersebut mengincar juara, ambisi. Tapi yang membedakan klub ini dengan yang lain adalah, klub ini diatur dan dikelola oleh suporternya sendiri, mereka bahasanya “konterhegemoni” sehingga ketika mereka menjadikan supporter aktor utamanya, mereka akan melakukan apapun untuk supporter tersebut. Yang didalamnya adalah aksi-aksi sosial tersebut. Pada intinya karena mereka menganut ideologi “punk football” yang mana konsep “punk” itu sendiri anti kemapanan, sehingga mereka memperotes aksi-aksi tersebut dengan kegiatan sosial. Fenomena seperti ini sebenarnya banyak, cuma banyak juga yang gugur, kaarena dia hanya sebatas klub “fun football” tapi ini bisa bertahan dari 2021 hingga sekarang 2025. Fenomena seperti ini juga banyak yang tergerus oleh keadaan, kalau tidak ada yang mengurus, tidak ada duit, suporternya tidak ada yang datang udah bubar. Maka dari itu mereka (Riverside Forest FC) tidak mempunyai ambisi, karena ambisi itu butuh duit.”

b. Tantangan Simbolik dalam Gerakan Suporter

Dalam menjalankan aktivisme sosial, kelompok suporter seperti Birds Death Brigade (BDB) menghadapi berbagai tantangan, terutama ketika memasuki ruang publik yang luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persepsi publik terhadap suporter sebagai “massa yang mudah dimobilisasi”. Ketika kelompok suporter aktif dalam demonstrasi atau kegiatan sosial, mereka rentan

disalahartikan atau bahkan disusupi oleh agenda-agenda lain di luar kontrol mereka.

Posisi suporter sebagai entitas yang kolektif dan militan menjadikan mereka mudah dilihat sebagai “massa” dalam konteks politik jalanan. Hal ini dapat memunculkan kekhawatiran akan terjadinya deviasi dari fungsi suporter sebagai penonton atau pendukung klub, menjadi alat mobilisasi politik tertentu. Ketika terjadi hal demikian, makna autentik dari aksi sosial yang mereka usung dapat tergeser atau bahkan hilang.

Tantangan ini tidak hanya berasal dari luar, tetapi juga dari dalam komunitas itu sendiri. Ketika kelompok tidak memiliki pengelolaan narasi atau strategi komunikasi yang kuat, maka mereka akan lebih mudah terombang-ambing oleh kepentingan eksternal. Oleh karena itu, penting bagi kelompok seperti BDB untuk secara aktif menjaga keaslian gerakan mereka dan memperkuat identitas serta batas peran mereka sebagai agen sosial berbasis komunitas.

Dalam konteks ini, pendampingan strategis, pelatihan komunikasi publik, dan penciptaan ruang dialog dengan masyarakat umum dapat menjadi solusi jangka panjang. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa keikutsertaan suporter dalam gerakan sosial tidak hanya dipahami sebagai aksi sporadis, tetapi sebagai gerakan berbasis nilai yang terstruktur dan berkelanjutan. Seperti yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Tantangan terbesarnya adalah supporter itu “organize crowd” tantangan nya adalah kalau supporter ikut kedalam aksi sosial, mereka dijadikan kendaraan oleh orang-orang lain. Jangan-jangan bakal ada pergeseran dari fungsi supporter sebagai penonton, bergeser fungsinya menjadi segerombolan orang atau masa saja, yang bisa diisi atau ditebengin isu aksi yang lain.”

c. Karakteristik dari Aktivisme Suporter

Gerakan sosial berbasis kelompok suporter memiliki karakteristik yang membedakannya dari bentuk aktivisme komunitas lainnya di Indonesia. Salah satu ciri khas yang paling menonjol adalah kekompakan internal dan solidaritas kelompok yang sangat kuat. Identitas kolektif seperti jersey, chants, dan atribut lainnya menciptakan semacam "ritual kolektif" yang memperkuat rasa memiliki antar anggota. Hal ini menjadikan mobilisasi dalam komunitas suporter berjalan lebih cepat dan efektif dibandingkan komunitas lainnya.

Ikatan ini menciptakan solidaritas lintas kelompok yang unik, di mana konflik internal dapat diminimalkan karena rasa kebersamaan yang tinggi. Contohnya, jika salah satu anggota kelompok mengalami tindakan represif, maka anggota dari kelompok lain pun turut menunjukkan solidaritas meskipun berasal dari klub berbeda. Hal ini sulit ditemukan dalam gerakan sosial yang berbasis institusi atau kampus, yang cenderung terfragmentasi.

Kekuatan ini sekaligus menjadi modal sosial utama yang membuat gerakan suporter lebih mudah menyatu dengan isu-isu sosial tertentu. Mereka bukan hanya membawa massa, tapi juga membawa semangat kolektif yang kuat untuk menyuarakan perubahan. Dalam konteks ini, kekompakan suporter dapat dimanfaatkan secara strategis untuk mengamplifikasi pesan-pesan sosial yang mereka bawa.

Namun demikian, keunikan ini juga harus dikelola dengan hati-hati, mengingat mobilisasi yang terlalu kuat dapat menimbulkan kekhawatiran atau bahkan resistensi dari aparat keamanan dan masyarakat umum. Oleh karena itu, kelompok suporter harus mampu menyeimbangkan antara militansi dan pendekatan kolaboratif dalam aksi-aksi sosial mereka. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Kalau diliat dari beberapa refrensi, yang membedakan aksi sosial supporter dengan kelompok lain, biasanya terkadang aksi sosial supporter itu ada identitas seperti, jersey dan sebagainya. Tetapi mereka lepas identitas jersey tidak ada bedanya. Tapi mungkin yang paling membedakan adalah, kalau diliat utamanya kekompakan, karena kalau supporter akan dilihat lebih kuat, lebih kompak. Jadi kalau misalnya dari kelompok supporter diambil polisi, kelompok supporter in group maupun out group akan ikutan marah. Semisal kalau mau diambil contoh seperti, anak SMA, kuliah ikutan demo, kemudian anak UII ditangkap, pasti anak UGM, Atma Jaya tidak peduli. Karena supporter ikatan nya kuat dengan supporter lain.”

d. Potensi sebagai Wadah Perubahan Sosial

Kelompok suporter seperti RFFC memiliki potensi untuk menjadi agen perubahan sosial (*agent of change*), terutama dalam konteks pemberdayaan komunitas marjinal. Mereka memiliki basis massa yang loyal, terorganisir, dan memiliki semangat kolektif yang kuat. Namun, potensi ini tidak serta-merta dapat direalisasikan tanpa hambatan. Salah satu penghalang utama adalah citra negatif suporter di Indonesia yang kerap diasosiasikan dengan kekerasan dan kerusuhan.

Stigma ini menjadi tantangan serius karena publik cenderung menilai aksi sosial suporter dari persepsi yang sudah terbentuk sebelumnya. Akibatnya, meskipun gerakan yang dilakukan bersifat damai dan berorientasi sosial, tetap berisiko dicurigai atau ditolak. Oleh karena itu, perlu adanya upaya sistematis dari kelompok suporter untuk mengubah citra ini melalui kampanye publik, media sosial, serta keterlibatan aktif dengan komunitas lain di luar sepakbola.

Jika kelompok seperti RFFC dapat menunjukkan konsistensi dalam menjalankan aksi sosial yang berdampak dan tertib, maka mereka memiliki peluang besar untuk mengubah pandangan publik terhadap peran suporter. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membuka ruang kolaborasi dengan institusi lain, baik dari sektor pemerintah, pendidikan, maupun LSM.

Dengan kata lain, kelompok suporter memiliki potensi besar untuk mentransformasikan diri dari entitas penonton menjadi entitas perubahan sosial. Namun potensi tersebut harus dikembangkan dengan strategi komunikasi yang tepat, dukungan komunitas, serta komitmen terhadap nilai-nilai non-kekerasan. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Kalau kelompok seperti Riverside Forest FC dan beberapa lainnya disebut “again of change” bisa saja, tetapi di Indonesia kenyataannya sulit, karena stereotipe supporter identik erat dengan kekerasan dan kerusuhan, sehingga kalau mereka mau ikut aksi, akan dianggap oleh masyarakat ujung-ujungnya kekerasan dan rusuh. Sebenarnya bisa, jika mereka lepas dari stereotipe kekerasan dan kerusuhan.”

e. Inspirasi dari Gerakan Sosial

Gerakan sosial yang diusung oleh RFFC dan BDB tidak muncul dalam ruang hampa, melainkan mendapat pengaruh dari gerakan sepakbola alternatif di luar negeri. Salah satu referensi yang paling mencolok adalah FC St. Pauli, klub asal Jerman yang terkenal dengan aktivisme politiknya dan dukungan pada isu-isu keadilan sosial. Identitas visual, merchandise, hingga gaya komunikasi dari RFFC menunjukkan adanya kedekatan simbolik dengan klub-klub seperti ini.

Fenomena ini menunjukkan adanya pertukaran budaya dan gagasan di era globalisasi, di mana kelompok lokal dapat mengambil inspirasi dari praktik gerakan luar negeri dan mengadaptasikannya ke dalam konteks lokal. Dalam kasus RFFC, nilai-nilai yang diadopsi dari *punk football* seperti anti-kemapanan, kebebasan berekspresi, dan solidaritas kelas bawah sangat relevan dengan situasi sosial-politik di Indonesia.

Adaptasi ini juga memperlihatkan bahwa suporter sepakbola di Indonesia tidak hanya menjadi konsumen budaya Barat, tetapi mampu melakukan apropriasi kreatif terhadap ide-ide luar untuk membentuk gerakan yang kontekstual dan bermakna secara lokal. Hal ini memberikan warna baru dalam lanskap aktivisme Indonesia, yang sebelumnya lebih banyak didominasi oleh aktor-aktor dari kalangan LSM atau mahasiswa.

Dengan demikian, gerakan sosial berbasis sepakbola komunitas juga berfungsi sebagai jembatan antara lokal dan global, serta memperkaya bentuk-bentuk perlawanan sosial yang lahir dari kelas pekerja dan komunitas marginal. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Bisa jadi kalau dilihat dari saya observasi, seperti baju, merchandise, chants, banner mereka mendekati kelompok supporter Jerman, seperti FC Saint Pauli, kalau mau dilihat konsep “punk football” mereka larinya akan ke FC Saint Pauli.”

f. Latar Belakang penyebaran aktivisme sosial dan politik

Munculnya gerakan sosial dalam sepakbola komunitas di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari latar belakang sosial-politik negara ini. Ketimpangan ekonomi, marginalisasi kelas pekerja, dan terbatasnya akses terhadap ruang publik membuat komunitas-komunitas seperti suporter merasa perlu menyuarakan keresahan mereka. Dalam konteks ini, sepakbola menjadi medium alternatif yang inklusif dan memiliki daya jangkauan luas.

Komunitas suporter menyadari bahwa mereka memiliki kekuatan kolektif, baik dalam hal jumlah massa maupun kekompakan internal. Oleh karena itu, mereka mulai menggunakan kekuatan ini untuk menyampaikan pesan-pesan sosial dan menantang narasi dominan. Keberanian untuk bersuara inilah yang melahirkan klub-klub seperti RFFC, yang dikelola secara kolektif dan mengusung misi sosial di luar lapangan.

Keberhasilan klub seperti RFFC membuka kemungkinan munculnya gerakan serupa dari kelompok suporter lainnya. Jika RFFC mendapat pengakuan publik, misalnya dengan naik ke kasta liga yang lebih tinggi, maka model yang mereka usung sangat mungkin diadopsi oleh komunitas lain. Ini akan menciptakan efek domino, di mana gerakan sosial dalam dunia sepakbola semakin berkembang dan mendapat legitimasi.

Dengan kata lain, potensi penyebaran gerakan ini sangat besar, selama ada contoh yang berhasil dan inspiratif. RFFC dapat menjadi katalisator bagi

transformasi cara pandang terhadap suporter dan memperluas peran mereka dalam membangun masyarakat yang lebih adil dan setara. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Kalau alasan tumbuh bisa banyak sebenarnya, salah satunya menurut saya karena dinamika ekonomi politik Indonesia, akhirnya kelompok marjinal seperti ini bersuara. Suporter dia tahu mereka punya pendukung, punya kekompakan jadi kalau muncul seperti ini akan banyak pendukungnya dan rame, akhirnya mereka berani bersuara. Sesimple mereka ingin melakukan perubahan saja, sehingga lahirlah gerakan ini, klub yang dikelola oleh bersama-sama. Kalau dikatan menular, mungkin akan banyak digunakan kelompok supporter lain, jika Riverside Forest FC naik daun, misal dia naik divisi teratas liga Indonesia, mungkin akan banyak yang meniru.”

2. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

a. Strategi Komunikasi: Antara Digital dan Aksi Langsung

Penggunaan media sosial oleh RFFC dan BDB menjadi bagian penting dari strategi komunikasi mereka, tetapi bukan merupakan alat utama. Berdasarkan keterangan narasumber, strategi inti justru terletak pada aksi langsung di ruang publik seperti demonstrasi, kegiatan sosial, dan pemasangan banner. Media sosial hanya berfungsi sebagai medium pemantik yang menjembatani partisipasi komunitas dan menyebarluaskan pesan gerakan.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa kelompok seperti RFFC tidak hanya mengandalkan ruang digital, tetapi memadukan ruang online dan offline dalam strategi komunikasi mereka. Aksi nyata di lapangan memberikan legitimasi pada identitas mereka sebagai kelompok yang aktif dan responsif terhadap isu sosial. Sementara itu, media sosial digunakan untuk memperkuat dokumentasi, membangun transparansi, serta mengajak partisipasi lebih luas.

Keberhasilan strategi ini terletak pada kemampuan mereka mengelola narasi dan memperlihatkan kontinuitas gerakan. Ketika publik melihat bahwa kegiatan sosial tidak hanya terjadi sekali, tetapi berkelanjutan dan konsisten, maka kepercayaan terhadap gerakan akan meningkat. Ini penting mengingat banyak gerakan sosial di media sosial yang hanya viral sesaat namun tidak berakar kuat di masyarakat.

Dengan demikian, strategi komunikasi RFFC dan BDB bisa disebut sebagai strategi *hybrid activism* yang mampu menjangkau dua ranah sekaligus: ranah digital dan ranah komunitas fisik. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Sebenarnya belum tentu media sosial sebagai alat utamanya, kalau dari penglihatan saya, alat utama mereka bukan hanya media sosial, tetapi dengan turun kejalan. Seperti ikut partisipasi kegiatan sosial, memasang banner, mengikuti demo, itu merupakan startegi mereka. Media sosial itu hanya menjembatani, bisa dikatakan media sosial itu hanya sebagai pemantik saja. Media sosial menjadi sarana atau medium keberlanjutan aksi.”

b. Model Organisasi Kolektif

Model organisasi yang digunakan oleh RFFC dan BDB bersifat kolektif dan egaliter, di mana keputusan diambil secara bersama dan terbuka. Model ini menciptakan partisipasi yang luas dan memperkuat rasa kepemilikan bersama terhadap klub dan gerakan. Dalam konteks gerakan sosial, struktur seperti ini memungkinkan adanya fleksibilitas dan keterlibatan yang tinggi dari anggota komunitas.

Namun, sistem kolektif ini tidak bebas dari tantangan. Salah satu kelemahan utama adalah ketiadaan figur pemimpin yang dapat menjadi penengah atau pengambil keputusan saat terjadi konflik. Dalam situasi tertentu, ketidakhadiran pemimpin formal dapat menimbulkan kebingungan dan kehilangan arah dalam pengambilan keputusan strategis.

Meskipun demikian, struktur kolektif ini sangat cocok dengan nilai-nilai yang diusung oleh *punk football* seperti anti-otoritarianisme dan keterbukaan. Model ini menempatkan kepercayaan sebagai fondasi utama dalam membangun partisipasi berkelanjutan. Anggota komunitas merasa memiliki ruang yang setara dalam menyampaikan pendapat dan ikut menentukan arah gerakan.

Dalam konteks komunikasi strategis, model kolektif ini harus dilengkapi dengan mekanisme koordinasi dan distribusi peran yang jelas. Dengan begitu, partisipasi bisa tetap tinggi, namun keputusan tetap dapat diambil secara efektif dan efisien ketika dibutuhkan. Hal ini selaras dengan apa yang sudah dijelaskan oleh narasumber yaitu.

“Sebenarnya banyak pro kontra ya, kalau mengenai kolektif ini, kalau dilihat sama supporter mereka sama sama unggul, karena mereka sama sama memiliki, tapi negatifnya terkadang kalau sama kolektif itu, ketika sama sama egaliter dalam artian sama-sama rata keberadaanya, ketika tidak ada pemimpin dan orang yang dipercaya mereka akan kehilangan kendali. Karena tidak ada orang yang boleh mengambil keputusan, karena kan disini konsepnya keputusan rame-rame, terbuka, transparan.”

G. PEMBAHASAN

1. Gerakan Sosial

Riverside Forest FC dan kelompok supporternya, Bird Death Brigade (BDB), merupakan contoh konkret dari praktik gerakan sosial dalam konteks komunitas sepak bola amatir di Indonesia. Keduanya tidak hanya berperan dalam bidang olahraga, tetapi juga aktif dalam menyuarakan dan melakukan aksi nyata terkait isu-isu sosial, politik, dan kemanusiaan. Gerakan sosial yang dilakukan kelompok ini muncul dari semangat kolektif yang menolak bentuk-bentuk ketidakadilan, terutama yang terjadi di wilayah mereka tinggal seperti kasus penggusuran lahan di Dago Elos, Bandung.

Salah satu contoh paling menonjol adalah “Festival Sepakbola Dago Elos” yang diinisiasi oleh Riverside Forest FC, Bird Death Brigade (BDB), dan kolaborator lainnya seperti DagoMelawan dan Bandung Supporter Alliance. Festival ini bukan hanya perayaan olahraga, tetapi juga aksi simbolik dan nyata dalam mengadvokasi hak atas ruang hidup warga yang terancam oleh kebijakan penggusuran pemerintah kota. Aksi ini memperlihatkan bagaimana sepak bola dimanfaatkan sebagai medium artikulasi politik dan solidaritas sosial. Kegiatan tersebut berlangsung di lahan kosong milik warga sebagai bentuk reclaiming space dari kemungkinan perebutan lahan oleh pihak yang lebih kuat secara ekonomi dan politik.

Selain itu, BDB dan Riverside Forest FC juga aktif dalam kegiatan sosial kemanusiaan lainnya seperti penggalangan donasi untuk korban bencana alam. Melalui media sosial mereka seperti Instagram dan X (Twitter), mereka menyebarluaskan kampanye donasi dan mengumpulkan bantuan berupa makanan, pakaian, dan kebutuhan primer lainnya, lalu menyalurkannya langsung ke korban bencana. Dalam kegiatan ini, tampak adanya strategi komunikasi yang terorganisir dengan baik, meskipun berasal dari komunitas akar rumput.

Gerakan mereka tidak bersifat sporadis, tetapi berdasarkan keputusan kolektif yang diambil dalam diskusi internal komunitas. Ini memperlihatkan adanya struktur

informal tetapi kuat yang mendasari aksi-aksi mereka. Mereka juga mengangkat isu-isu seperti anti-rasisme, kesetaraan gender, dan inklusivitas, dengan slogan “Football For All” sebagai representasi nilai yang mereka perjuangkan.

Gerakan sosial ini lahir dari pengalaman nyata dan kepedulian terhadap lingkungan sosial sekitar. Baik Riverside Forest FC maupun BDB menggunakan sepak bola bukan hanya sebagai sarana hiburan atau kompetisi, tetapi juga sebagai instrumen perubahan sosial. Dalam konteks ini, mereka menolak komodifikasi sepak bola modern yang sering kali mengesampingkan kepentingan masyarakat lokal. Aktivisme mereka adalah bentuk perlawanan terhadap sistem yang dianggap menindas, sekaligus wujud solidaritas terhadap sesama warga yang mengalami ketidakadilan struktural.

Gerakan sosial yang dilakukan oleh Riverside Forest FC dan Bird Death Brigade dapat dipahami melalui pendekatan teori gerakan sosial sebagaimana dijelaskan oleh Tarrow (2011) dan Cohen (1983) yang dikutip dalam (Haris et al., 2019; Staggenborg, 2020). Tarrow menyebut bahwa gerakan sosial adalah tindakan kolektif yang terjadi dalam hubungan konflikual yang berkelanjutan dengan pihak berwenang dan aktor-aktor elit. Dalam konteks ini, kampanye mereka melawan pengusuran lahan merupakan bentuk konfrontasi terhadap kebijakan otoritatif pemerintah kota. Sementara itu, Cohen menekankan pentingnya organisasi dan tujuan yang jelas dalam suatu gerakan sosial, yang terlihat dalam koordinasi internal komunitas BDB sebelum melakukan aksi.

Lebih lanjut, gerakan ini juga dapat dilihat sebagai bagian dari “new social movement” yang menekankan pentingnya identitas kolektif, solidaritas sosial, dan nilai-nilai non-material seperti keadilan, kesetaraan, dan hak atas ruang hidup. Nilai-nilai ini sangat menonjol dalam slogan “Football For All” serta kegiatan mereka yang memadukan elemen seni, budaya, dan aksi sosial dalam satu ruang perlawanan.

Sementara itu, dari sudut pandang strategi komunikasi, kampanye yang dilakukan oleh komunitas ini mencerminkan perencanaan komunikasi yang cukup matang. Sejalan dengan konsep Cangara (2014) dan Mulia et al. (2022), mereka menggunakan kombinasi antara media sosial, aksi langsung, dan narasi kolektif untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif kepada publik dan pihak yang berwenang. Komunitas ini berhasil menyatukan elemen komunikator, pesan, media, dan efek dengan tujuan membangun kesadaran dan dukungan terhadap isu-isu sosial yang mereka angkat.

Jika dibandingkan dengan penelitian Purwastya (2019), tentang aktivitas edukasi suporter Persis Solo, terdapat persamaan dan perbedaan yang mencolok. Persamaannya terletak pada fungsi edukatif dan partisipatif yang dilakukan oleh kelompok suporter terhadap komunitas mereka. Namun, pendekatan Riverside Forest FC dan BDB lebih konfrontatif dan bersifat aktivistik, sementara edukasi yang dilakukan DPP Pasoepati dan Pasoepati.net lebih moderat dan kooperatif dengan klub serta otoritas.

Penelitian Pratama (2022), tentang Corriolo Ultras di Jerman juga menunjukkan kesamaan semangat perlawanan terhadap diskriminasi dan dominasi dalam sepak bola. Namun, perbedaan mendasarnya terletak pada konteks: Corriolo Ultras berada di bawah bayang-bayang stereotip negatif ultras Eropa, sedangkan BDB lebih menonjol sebagai komunitas lokal dengan visi kolektif yang egaliter dan berbasis solidaritas akar rumput. Kedua kelompok sama-sama menggunakan sepak bola sebagai medium perlawanan, namun ruang lingkup isu dan skala gerakan mereka berbeda.

Sementara itu, penelitian Irsandy (2018), tentang perjuangan Bonek memperjuangkan pengakuan PSSI atas Persebaya menunjukkan bagaimana gerakan sosial juga bisa berfokus pada legitimasi institusional. Dalam kasus Bonek, tuntutan difokuskan pada pengakuan federasi, sedangkan BDB fokus pada hak-hak sipil dan keadilan sosial. Ini menunjukkan bahwa gerakan sosial suporter dapat memiliki beragam bentuk dan fokus tergantung pada konteks sosial dan tantangan yang dihadapi masing-masing komunitas.

2. Gerakan Sosial Lewat Entitas Sepakbola

Riverside Forest FC, sebagai klub sepakbola amatir berbasis komunitas di Bandung, menunjukkan bagaimana sepakbola dapat bertransformasi menjadi entitas sosial-politik yang lebih dari sekadar olahraga. Klub ini lahir dari keresahan terhadap sistem sepakbola yang didominasi oleh kepentingan industri dan korporasi. Alih-alih menjadi instrumen hiburan yang pasif, klub ini dibangun sebagai platform kolektif bagi komunitas untuk menyuarakan isu-isu sosial, menjadikan sepakbola sebagai ruang perjuangan dan solidaritas.

Bird Death Brigade (BDB), kelompok suporter yang mendirikan dan mendanai klub ini, menjalankan prinsip egaliter, partisipatif, dan kolektif. Mereka aktif menggunakan pertandingan sebagai ruang kampanye. Spanduk, koreografi tribun, chant, hingga distribusi zine digunakan sebagai alat agitasi. Dalam

praktiknya, setiap pertandingan dijadikan kesempatan untuk menyuarakan posisi mereka terhadap isu-isu sosial baik lokal maupun nasional. Kampanye "Football For All" menjadi narasi utama yang menolak eksklusivitas dalam sepakbola dan mendorong ruang yang inklusif bagi semua golongan.

Contoh paling konkret adalah inisiatif mereka dalam Festival Sepakbola Dago Elos. Aktivasi ruang publik yang terancam pengusiran dilakukan melalui turnamen sepakbola mini, panggung diskusi, dan penampilan musik. Kegiatan ini tidak hanya menjadi bentuk perlawanan terhadap kapitalisasi ruang kota, tetapi juga sarana membangun kesadaran publik tentang pentingnya mempertahankan ruang hidup. Dalam hal ini, sepakbola dijadikan sebagai alat untuk mengartikulasikan keberpihakan terhadap warga tertindas dan sebagai simbol penolakan terhadap komersialisasi kota.

Selain kampanye lokal, mereka juga aktif mengedukasi masyarakat terhadap isu yang lebih luas seperti bencana alam, isu Palestina, dan anti-rasisme. BDB mengonsolidasikan identitas politik melalui visualisasi di tribun, unggahan di media sosial, dan penggalangan dana melalui merchandise serta kotak kencleng. Semua ini menandakan bahwa Riverside Forest FC dan BDB menjadikan sepakbola sebagai instrumen strategis untuk mendorong perubahan sosial.

Riverside Forest FC bukanlah klub biasa. Ia adalah representasi dari apa yang disebut sebagai "aktivisme sepakbola", di mana klub bukan hanya tempat berkumpul dan bermain bola, tetapi juga wadah perlawanan kultural, politik, dan ekonomi terhadap struktur ketimpangan sosial yang lebih besar. Entitas sepakbola dalam hal ini bukan lagi bersifat netral, melainkan aktif dan strategis dalam memobilisasi komunitas untuk bertindak secara kolektif.

Fenomena aktivisme melalui entitas sepakbola sebagaimana dilakukan oleh Riverside Forest FC dan BDB dapat dijelaskan melalui teori strategi komunikasi yang menekankan perencanaan dan penggunaan media serta pesan untuk menggerakkan tindakan kolektif. Dalam kerangka Cangara (2014) dan Mulia et al. (2022), mereka memanfaatkan kombinasi media langsung (tribun, spanduk, koreografi) dan tidak langsung (media sosial, zine) untuk menyampaikan pesan solidaritas dan perlawanan.

Melalui pendekatan Rogers, Pace dan Brent yang dikutip dalam Mulia et al. (2022), dalam strategi komunikasi, aktivitas mereka mencerminkan tiga tahapan strategis utama: membangun pemahaman (*understanding*) terhadap isu; menciptakan

penerimaan (acceptance) melalui simbol kolektif; dan memotivasi tindakan (action) melalui partisipasi aktif supporter dalam aksi dan kampanye. Ini menunjukkan bahwa klub ini menggunakan pendekatan komunikasi terstruktur dan berlapis yang mencakup perencanaan media, target audiens, dan pesan yang kontekstual.

Selain itu, gerakan mereka juga mencerminkan elemen teori gerakan sosial baru (new social movements) yang menitikberatkan pada isu-isu identitas, ruang hidup, dan nilai-nilai simbolik ketimbang sekadar perubahan kebijakan. Dengan menjadikan sepakbola sebagai medan perjuangan politik, komunitas ini menunjukkan bahwa entitas olahraga dapat diubah menjadi medium perlawanan yang efektif dalam konteks budaya dan sosial tertentu.

Penelitian Faturrohman & Fardiah (2023), tentang ekspresi diri supporter Riverside Forest FC dalam kampanye sosial memiliki relevansi kuat. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa BDB secara aktif memanfaatkan Punk Football sebagai bentuk resistensi terhadap industrialisasi sepakbola. Sama halnya dengan temuan pada penelitian ini, di mana entitas klub digunakan untuk menyuarakan kampanye sosial seperti solidaritas, anti-pengusuran, dan penggalangan dana.

Namun, fokus Faturrohman & Fardiah lebih pada aspek ekspresif dan identitas subkultur punk, sedangkan dalam penelitian ini ditekankan pula aspek strategis dan politis dari entitas sepakbola sebagai medium perjuangan kolektif. Di sini, entitas klub tidak hanya sebagai ruang ekspresi, tetapi juga alat agitasi dan mobilisasi sosial.

Jika dibandingkan dengan studi Pratama (2022), tentang Corriolo Ultras di Freiburg, terdapat persamaan dalam hal pemanfaatan sepakbola untuk menolak diskriminasi dan mempromosikan keadilan sosial. Perbedaannya, Corriolo Ultras menekankan pada integrasi pengungsi dan kritik terhadap rasisme di Eropa, sedangkan BDB berfokus pada advokasi lokal seperti isu pengusuran dan keberagaman di ruang publik Bandung.

Dengan demikian, gerakan sosial lewat entitas sepakbola seperti yang dilakukan Riverside Forest FC dan BDB menunjukkan bahwa sepakbola bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga wadah perlawanan simbolik dan strategis, yang berakar dari realitas sosial komunitas lokal namun memiliki resonansi universal.

3. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

Dalam menjalankan aktivisme sosial, Riverside Forest FC dan Bird Death Brigade (BDB) menggunakan beragam strategi dan taktik yang terorganisir namun fleksibel, disesuaikan dengan konteks isu yang mereka angkat. Strategi mereka

bersifat partisipatif dan berbasis komunitas, di mana seluruh anggota memiliki hak suara dalam menentukan isu, bentuk aksi, hingga kanal distribusi pesan.

Salah satu strategi utama mereka adalah penggunaan pertandingan sepakbola dan ruang-ruang sekitar stadion sebagai panggung kampanye. Di sinilah mereka menerapkan taktik visual seperti spanduk, koreografi, poster, dan pemakaian simbol-simbol perlawanan yang mudah dikenali. Mereka juga memanfaatkan media sosial secara efektif, menjadikan Instagram dan X (Twitter) sebagai saluran kampanye digital yang menjangkau khalayak yang lebih luas.

Dalam isu penggusuran Dago Elos, strategi mereka terlihat melalui aktivasi ruang publik lewat Festival Sepakbola Dago Elos. Taktik ini menggabungkan aksi langsung (*direct action*) dengan pendekatan budaya: olahraga, seni, dan diskusi publik. Hal ini tidak hanya memperluas dukungan, tetapi juga membentuk solidaritas lintas komunitas. Dengan menyelenggarakan turnamen di lahan konflik, mereka tidak hanya melakukan simbolisasi perlawanan, tetapi juga menciptakan narasi tandingan terhadap proyek pemerintah.

Strategi mereka juga mencakup pendekatan *bottom-up*, di mana semua rencana lahir dari diskusi internal dan pertemuan rutin. Tidak ada hirarki yang kaku; keputusan diambil secara kolektif. Taktik lain yang mereka lakukan termasuk penggalangan dana mandiri lewat penjualan merchandise dan *kencleng*, yang menjadi sumber utama pembiayaan aktivitas mereka. Dengan ini, mereka menjaga independensi dari kekuatan eksternal, terutama korporasi dan institusi negara.

Taktik komunikasi mereka pun tidak hanya terbatas pada format visual dan digital. Dalam beberapa kasus, mereka juga menggunakan narasi *storytelling* yang menyentuh, seperti kisah pengungsi lokal, korban bencana, atau warga terdampak penggusuran. Narasi ini diolah dalam bentuk artikel, *caption* media sosial, dan *zine* yang mereka distribusikan secara mandiri.

BDB juga mengadopsi taktik taktis non-konfrontatif seperti aksi solidaritas melalui amal dan penggalangan dana untuk korban gempa. Dalam aksi-aksi ini, mereka menggabungkan strategi empati publik dengan konsistensi kampanye jangka panjang. Artinya, mereka tidak hanya hadir saat isu sedang viral, tetapi membangun jejaring keberlanjutan dengan komunitas lain yang terdampak.

Keseluruhan strategi dan taktik ini memperlihatkan bagaimana gerakan sosial berbasis komunitas dapat menyusun langkah-langkah sistematis dan berkesinambungan. Melalui keseimbangan antara aksi langsung, simbolik, dan

digital, Riverside Forest FC dan BDB menjadi contoh nyata bahwa strategi komunikasi dan taktik sosial-politik dapat berjalan efektif meski berasal dari komunitas akar rumput.

Strategi dan taktik yang dijalankan Riverside Forest FC dan BDB dapat dipahami melalui pendekatan teori strategi komunikasi menurut Cangara (2014) dan Mulia et al. (2022), yang menyebut strategi komunikasi sebagai perpaduan optimal dari elemen komunikator, pesan, media, penerima, dan efek untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, BDB berperan sebagai komunikator kolektif yang menyampaikan pesan sosial-politik melalui media langsung (tribun, spanduk, koreo) dan tidak langsung (media sosial, zine, kampanye online).

Tahapan penyusunan strategi komunikasi mereka pun sesuai dengan model Widjajanto (2013) dan Smith (2021), yakni dimulai dari riset formatif, identifikasi audiens, perencanaan pesan, hingga eksekusi. Mereka memahami konteks sosiopolitik komunitas lokal dan menggunakannya sebagai dasar perumusan pesan serta pemilihan media yang tepat. Target komunikasinya tidak hanya sesama suporter, tetapi juga warga terdampak, kelompok aktivis, dan publik luas.

Dari sisi gerakan sosial, pendekatan yang digunakan oleh komunitas ini sejalan dengan teori Tarrow (2011) dalam Staggenborg (2020), menyatakan bahwa strategi dan taktik adalah bagian dari mobilisasi sumber daya dalam dinamika konflik dengan aktor dominan. Riverside Forest FC dan BDB menggunakan taktik berbasis solidaritas, budaya populer, serta distribusi informasi horizontal sebagai bentuk perlawanan terhadap struktur yang lebih kuat seperti institusi negara atau pengembang properti.

Model perencanaan komunikasi yang mereka terapkan bersifat adaptif dan kreatif, mencerminkan kemampuan komunitas akar rumput untuk menjalankan kampanye strategis secara efektif meski dengan sumber daya terbatas.

Penelitian Madani & Masduki (2023) tentang “Connective Action dalam Aksi Tiga Tagar PSS Sleman” menyoroti bagaimana gerakan suporter Brigata Curva Sud memanfaatkan media sosial sebagai kekuatan kolektif dalam menyampaikan kritik terhadap manajemen klub. Dalam konteks ini, terdapat kesamaan dengan strategi digital BDB, terutama dalam penggunaan tagar, poster digital, dan narasi kolektif sebagai medium kampanye. Namun, strategi BDB lebih bersifat horizontal dan partisipatif sejak tahap perencanaan, bukan hanya reaktif terhadap peristiwa tertentu.

Sementara itu, penelitian Irsandy (2018) tentang gerakan sosial Bonek dalam memperjuangkan legalitas Persebaya juga menunjukkan penggunaan strategi massa, aksi langsung, dan tekanan publik. Perbedaannya, Bonek lebih fokus pada isu pengakuan institusional, sedangkan strategi BDB melibatkan kombinasi antara taktik perlawanan budaya dan advokasi sosial berbasis komunitas.

Jika dibandingkan dengan Corriilo Ultras dalam studi Pratama (2022), strategi BDB relatif lebih fleksibel dan berbasis lokal. Corriilo Ultras mengorganisasi kegiatan jangka panjang dengan pendanaan eksternal dan orientasi pada pengungsi, sedangkan BDB lebih banyak mengandalkan gotong-royong, solidaritas, dan aksi kolektif sebagai kekuatan strategis.

Dari semua perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi dan taktik BDB mencerminkan pendekatan hibrida: menggabungkan kekuatan komunikasi digital, aksi budaya, dan solidaritas komunitas. Hal ini menjadikan mereka sebagai contoh unik dari bagaimana kelompok suporter bisa menjalankan fungsi-fungsi sosial-politik yang setara dengan organisasi sipil lainnya.

4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Riverside Forest FC dan kelompok suporter Bird Death Brigade (BDB) dalam aktivisme sosial bersifat organik, adaptif, dan berbasis jejaring komunitas. Mereka memandang sepak bola bukan hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga sebagai medium untuk menyuarakan isu-isu kemanusiaan, keadilan, dan solidaritas sosial. Aktivitas mereka muncul dari pengalaman langsung dan keterlibatan emosional terhadap isu-isu yang diperjuangkan, misalnya penggusuran lahan di Dago Elos, bencana alam, dan diskriminasi sosial.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, Riverside Forest FC dan BDB memiliki tiga tujuan utama. Pertama, mereka ingin membangun pemahaman publik bahwa sepak bola dapat menjadi sarana perubahan sosial. Hal ini dilakukan melalui kolaborasi dengan berbagai komunitas, termasuk kelompok musik dan aktivis lintas isu, dan kampanye seperti #FootballForFriendship dan #DagoMelawan. Kedua, mereka berupaya memperoleh penerimaan publik terhadap pesan sosial yang dibawa. Pesan ini dikomunikasikan secara partisipatif melalui media sosial dan ruang diskusi terbuka. Ketiga, mereka mendorong tindakan nyata dari publik, dengan mengajak audiens untuk terlibat dalam aksi sosial, seperti festival sepak bola, donasi, dan advokasi sosial lainnya.

Media sosial menjadi alat utama yang mereka gunakan untuk menyebarkan informasi dan membangun kesadaran publik. Melalui akun Instagram dan X (Twitter), mereka menyebarkan kampanye, membagikan laporan keuangan donasi, dan mengajak audiens untuk turut serta. Pesan yang mereka sampaikan disertai dengan visualisasi seperti banner, spanduk, dan poster digital. Kombinasi antara visual di lapangan dan aktivitas digital ini menjadi salah satu keunggulan strategi komunikasi mereka.

Strategi komunikasi mereka bersifat fleksibel dan berbasis komunitas, memanfaatkan keterlibatan anggota yang memiliki hak suara setara dalam pengambilan keputusan. Ini menjadi kekuatan utama yang memungkinkan fleksibilitas dalam merespons isu-isu yang muncul secara dinamis. Mereka menolak komodifikasi sepak bola modern yang mengabaikan nilai-nilai sosial, serta menggunakan sepak bola sebagai alat membangun solidaritas akar rumput.

Bentuk-bentuk komunikasi yang mereka gunakan meliputi aksi langsung (seperti festival dan donasi), kampanye digital, serta produksi visual yang sarat makna politik dan sosial. Selain itu, jaringan sosial dan solidaritas lintas komunitas juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi mereka. Jaringan ini membantu memperluas jangkauan audiens dan menambah kekuatan gerakan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Riverside Forest FC dan BDB menunjukkan bagaimana komunitas akar rumput mampu menciptakan ruang perlawanan dan solidaritas melalui olahraga. Mereka tidak hanya mengandalkan kekuatan media digital, tetapi juga memadukannya dengan aktivitas nyata di lapangan, memperkuat ikatan emosional dengan masyarakat sekitar, serta membangun wacana alternatif di tengah hegemoni komersialisasi sepak bola modern.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Riverside Forest FC dan BDB dapat dilihat sebagai penerapan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Cangara (2014) dan Mulia et al. (2022). Mereka menggunakan kombinasi dari seluruh elemen komunikasi: komunikator (anggota klub dan suporter), pesan (isu sosial dan kemanusiaan), saluran (media sosial, banner, dan aksi langsung), penerima (publik luas), dan efek (membangun solidaritas dan aksi nyata). Mereka menerapkan strategi komunikasi sebagai rencana optimal untuk menyampaikan pesan yang melibatkan seluruh komponen komunikasi secara terpadu.

Kerangka teori Rogers dan Middleton yang menekankan pentingnya perencanaan dan efek komunikasi juga tercermin dalam pendekatan mereka. Mereka

merancang komunikasi dengan tujuan utama yaitu membangun pemahaman, memperoleh penerimaan, dan memotivasi aksi nyata (Mulia et al., 2022). Model ini terlihat dalam aktivitas mereka yang menempatkan sepak bola sebagai medium kampanye sosial, sehingga publik tidak hanya menjadi penonton tetapi juga menjadi bagian dari gerakan.

Strategi komunikasi Riverside Forest FC dan BDB juga menekankan pada penguatan identitas kolektif dan solidaritas sosial, yang menjadi ciri khas dari gerakan sosial baru. Hal ini konsisten dengan prinsip-prinsip Liliwari dalam Mulia et al. (2022) yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi memiliki fungsi mendidik, memotivasi, menginformasikan, serta mendukung pengambilan keputusan.

Penelitian ini memiliki kemiripan dan perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu. Jika dibandingkan dengan penelitian Purwastya (2019) mengenai aktivitas edukasi suporter Persis Solo, keduanya sama-sama menekankan fungsi edukatif dan partisipatif kelompok suporter. Namun, pendekatan Riverside Forest FC dan BDB lebih aktivistik dan konfrontatif, sedangkan Persis Solo dan DPP Pasoepati lebih bersifat kooperatif.

Penelitian Madani & Masduki (2023) mengenai Connective Action dalam gerakan tiga tagar PSS Sleman juga memiliki kesamaan pada penggunaan media sosial sebagai alat mobilisasi publik. Perbedaannya, BDB menggabungkan kampanye digital dengan aksi budaya dan solidaritas komunitas, sedangkan tiga tagar PSS Sleman lebih fokus pada kritik kebijakan manajemen klub melalui media sosial.

Selain itu, penelitian Pratama (2022) tentang Corriolo Ultras di Jerman juga menunjukkan kesamaan dalam menolak diskriminasi dan dominasi dalam sepak bola. Namun, Corriolo Ultras memiliki orientasi pada pengungsi dengan pendanaan eksternal, sementara BDB lebih menonjolkan solidaritas berbasis lokal, tanpa struktur organisasi formal yang kaku. Hal ini menjadikan BDB sebagai contoh unik bagaimana kelompok suporter dapat menjalankan peran sosial-politik secara mandiri dan kolaboratif.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh klub sepakbola amatir Riverside Forest FC dan kelompok suporter Bird Death Brigade (BDB) tidak hanya terbatas pada konteks olahraga, melainkan juga menjangkau ranah aktivisme sosial. Dalam konteks gerakan sosial, kedua entitas ini membangun narasi dan identitas kolektif yang kuat dengan mengedepankan nilai-nilai solidaritas, inklusivitas, serta resistensi terhadap ketidakadilan. Strategi komunikasi mereka diwujudkan dalam bentuk aksi langsung, penyebaran pesan melalui media sosial, kampanye kolaboratif, serta produksi visual seperti merchandise dan koreografi tribun yang erat dengan makna politik dan sosial.

Aktivisme sosial yang mereka lakukan tidak bersifat reaktif atau sporadis, melainkan berbasis pada kesadaran kolektif akan problem sosial yang nyata, seperti konflik pengusuran tanah di Dago Elos, isu kemiskinan, bencana alam, hingga ketidakadilan dalam dunia sepakbola nasional. Strategi mereka pun tidak mengandalkan struktur organisasi formal yang kaku, namun tumbuh dari relasi horizontal dan partisipasi sukarela. Hal ini menjadi keunikan dan kekuatan tersendiri yang memungkinkan fleksibilitas tinggi dalam merespons isu-isu yang muncul secara dinamis di lingkungan sosial mereka.

Gerakan yang dilakukan Riverside Forest FC dan BDB juga menunjukkan penggunaan strategi komunikasi modern yang menggabungkan aksi lapangan dengan pemanfaatan media digital. Media sosial dimanfaatkan secara aktif untuk membangun jejaring solidaritas, mendistribusikan informasi, dan membentuk opini publik. Hal ini mencerminkan model strategi komunikasi partisipatif yang berbasis pada kepercayaan, transparansi, dan kejujuran. Kegiatan-kegiatan seperti penggalangan dana, aksi simbolik di stadion, hingga partisipasi dalam forum atau festival aktivisme memperlihatkan keberhasilan mereka dalam menggabungkan fungsi hiburan olahraga dengan upaya edukasi dan advokasi sosial.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang dijalankan oleh Riverside Forest FC dan Bird Death Brigade dapat dikatakan berhasil dalam membentuk wacana alternatif di tengah komersialisasi sepakbola modern. Mereka tidak hanya memperjuangkan nilai-nilai sosial tetapi juga berhasil menciptakan ruang baru di mana sepakbola menjadi alat

untuk menyuarakan ketidakadilan dan membangun solidaritas akar rumput. Gerakan ini menunjukkan bahwa aktivisme sosial dapat tumbuh dari komunitas-komunitas kecil dengan semangat kolektif, kreativitas, dan kesadaran politik yang kuat.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dicatat.

1. Keterbatasan dalam pertemuan langsung dengan informan karena faktor kesibukan masing-masing narasumber, mengharuskan peneliti melakukan sebagian wawancara secara daring.
2. Waktu penelitian yang terbatas turut mempengaruhi keluasan data yang dapat dihimpun, khususnya terkait program-program aktivisme jangka panjang yang belum terealisasi.
3. Jarak geografis antara peneliti dan subjek penelitian yang berada di Kota Bandung juga menjadi kendala teknis, terutama dalam pengumpulan data observasi lapangan yang lebih mendalam. Kondisi ini memengaruhi intensitas interaksi dan pemantauan kegiatan secara langsung dalam jangka panjang.

C. Saran

1. Saran bagi Tim Riverside Forest FC dan Kelompok Suporter Bird Death Brigade

Riverside Forest FC dan Bird Death Brigade disarankan untuk terus mempertahankan konsistensi dalam menyuarakan isu sosial melalui pendekatan komunikasi yang kreatif dan kolaboratif. Namun, mereka juga perlu mempertimbangkan penguatan dokumentasi serta perencanaan jangka panjang agar gerakan sosial yang mereka lakukan dapat diarsipkan secara sistematis dan dijadikan rujukan oleh komunitas lain. Keterlibatan anggota baru juga bisa diperluas melalui program edukatif agar semangat solidaritas sosial yang mereka bawa dapat terus diwariskan. Membangun kolaborasi yang lebih luas dengan organisasi masyarakat sipil lain, termasuk media independen dan komunitas aktivis lintas isu, juga menjadi langkah strategis untuk memperbesar dampak gerakan.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan observasi jangka panjang guna menangkap dinamika yang lebih komprehensif dalam strategi komunikasi komunitas akar rumput seperti ini. Selain itu, penelitian juga dapat memperluas fokus dengan membandingkan praktik aktivisme suporter di kota lain atau negara lain untuk memperoleh perspektif yang lebih luas mengenai pola dan dampak strategi

komunikasi dalam gerakan sosial berbasis olahraga. Pemanfaatan pendekatan interdisipliner, seperti komunikasi politik dan studi budaya, juga akan sangat bermanfaat untuk mendalami konteks sosial dan makna simbolik dari praktik-praktik yang dilakukan oleh komunitas suporter.

DAFTAR PUSTAKA

- Brandt, C., Krugliak, M., & Warnecke, R. (2023). A Comparison of Football Fan Activism in Ukraine and Germany. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 7(1), 45–66. <https://doi.org/10.1007/s41978-023-00137-x>
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Correia, M. (2018). *A People's History Of Soccer*.
- Darasati, Z., & Habibah, H. (2021). Memetakan Aliran Aktivisme Digital: Sebuah Pergerakan Sosial. <https://cfd.s.fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1423/2021/01/23-CfDS-Case-Study-Memetakan-Aliran-Aktivisme-Digital-Sebuah-Pergerakan-Sosial.pdf>
- Fatmawati. (2021). Strategi Komunikasi dan Perencanaan Strategi. In *Komunikasi Korporat: Teori dan Praktis* (pp. 107–119).
- Faturohman, F. N., & Fardiah, D. (2023). Ekspresi Diri pada Supporter Punk Football di Dunia Sepak Bola. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(1), 104–109. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i1.7187>
- Fitzpatrick, D., & Hoey, P. (2022). From fanzines to foodbanks: Football fan activism in the age of anti-politics. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(8), 1234–1252. <https://doi.org/10.1177/10126902221077188>
- Gregory, A. (2004). *Perencanaan dan Manajemen: Kampanye Public Relations* (N. Mahanani & S. Saat (eds.)).
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 74–79.
- Haris, A., AB Rahman, A. Bin, & Wan Ahmad, W. I. (2019). Mengenal Gerakan Sosial dalam Perspektif Ilmu Sosial. *Hasanuddin Journal of Sociology*, 1(1), 15–24. <https://doi.org/10.31947/hjs.v1i1.6930>
- Harvey, J., Horne, J., Safai, P., Darnell, S., & Courchesne-O'Neill, S. (2014). *Sport and Social Movements: From the Local to the Global*.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Erlangga.
- Irsandy, A. M. (2018). Bonek dan Sepakbola Indonesia: Gerakan Sosial Persebaya Untuk Memperoleh Pengakuan PSSI. *Doctoral Dissertation*. <https://repository.unair.ac.id/75015/>
- Ismail, O. A. (2023). Kontra Hegemoni Punk Football Terhadap Industri Sepakbola Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13(2), 101–114. <https://doi.org/10.34010/jipsi.v13i2.11142>
- Johnston, J., & Glenny, L. (2021). Strategic Communication: Public relations at work. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

- Keoghan, J. (2014). *Punk Football: The Rise of Fan Ownership in English Football*.
- Kristeva, N. S. (2022). *Gerakan Sosial: Pemberdayaan Masyarakat Sipil*. Pustaka Pelajar.
- Madani, K. M., & Masduki. (2023). Connective Action Dalam Aksi Tiga Tagar PSS Sleman. *Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*, 115–135.
- Mulia, S., Rizki, J. W., & Zuraidah, E. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi*.
- Muzakar, A. (2017). *Gerakan Sosial Telaah Aksi Perlawanan Pengamen*.
- Pratama, A. R. (2022). Aktivisme Melampaui Laga: Perlawanan dan Gerakan Sosial Ultras di Freiburg. *Lembaran Antropologi*, 1(1), 47–64. <https://doi.org/10.22146/la.3558>
- Purwasty, S. N. (2019). *Aktivitas Football Family di Kota Solo dalam Memberikan Kampanye Edukasi Kepada Suporter Sepakbola Lokal (Studi Terhadap Klub Persis Solo, DPP Pasoepati, dan Media Komunitas Pasoepati.net)*.
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i2.3303>
- Rusmanto, J. (2012). *Gerakan Sosial: Sejarah Perkembangan Teori Kekuatan dan Kelemahannya*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Smith, R. D. (2021). Strategic Planning for Public Relations. In *Long Range Planning* (Vol. 13, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(80\)90124-7](https://doi.org/10.1016/0024-6301(80)90124-7)
- Staggenborg, S. (2020). Grassroots Environmentalism. *Grassroots Environmentalism*. <https://doi.org/10.1017/9781108777872>
- Ventsel, A. (2008). Punx and skins united: One law for us one law for them. *Journal of Legal Pluralism and Unofficial Law*, 40(57), 45–100. <https://doi.org/10.1080/07329113.2008.10756618>
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi : Konsep Dan Aplikasi* (Issue January).
- Wiraharmana, D. A. (2023). Apakah Model Sepak Bola Modern Telah Gagal? *Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 7(1), 36–46.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara Kang Dinan (BDB)

1. Strategi Komunikasi

Bagaimana Upaya mengenali audiens?

“Upaya untuk mengenali audiens sebenarnya sih dari cara berpakaian ya, lebih ke branded, dalam artian karena kita banyak yang berdandan casual, jadi mungkin salah satu cara untuk mengenali audiens seperti itu.”

Apa saja pemilihan dan pengelolaan saluran komunikasi?

“Pemilihannya yang kami lakukan dari medsos ya, dari Instagram, X. Karna market yang kita ambil paling banyak itu dari Instagram sebetulnya, sama dari komunitas komunitas penggemar sepakbola khususnya dari kota Bandung itu sendiri ya.”

Apa upaya untuk mengetahui respon dari sasaran?

“Kalau untuk contoh, biasanya kita menggunakan voting melalui media sosial. Karena klub ini terbentuk kan dari supporter ya, bukan dari investor. Seperti contoh, kita melakukan voting melalui Instagram terkait pemilihan jersey yang akan digunakan kedepannya, dan juga kita sempat voting terkait mengikuti liga dibawah naungan federasi, sebelumnya kan kita di banned oleh kompetisi amatir di Bandung, nah untuk kedepannya kita harus seperti apa, maka dari itu kita melakukan sistem voting.”

Apa tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan kampanye tersebut, dan pertimbangan memilih tujuan kampanye tersebut?

“Yang utama sih tujuan kita pengen didengar sebenarnya, karena kita tidak ada pesan untuk berdialog, maka dari itu kita lewat sepakbola. Karena sepakbola penikmatnya global, seperti contoh ketika kami melakukan campaign pajak naik, isu sosial seperti rasis.”

Apa saja elemen utama yang harus diperhatikan dalam merancang strategi komunikasi untuk gerakan sosial?

“Yang pasti sih harus ada tujuan terlebih dahulu siapa yang ingin kita bantu dalam gerakan sosial ini, kaya misalkan ada masukan dari teman-teman yang lain, harus bantu ini itu kita harus tahu dulu maksud dan tujuannya apa. Dan komunikasinya harus

langsung terjun , karena banyak dari gerakan sosial kita langsung berdekatan dengan warga, masyarakat sekitar sana. “

Bagaimana pesan aktivisme sosial dirancang agar efektif dan mampu mempengaruhi audiens?

“Yang dirancang biasanya kita membuat terlebih dahulu campaign, diangkat dulu isu besarnya seperti apa, kemudian kita jabarin dulu, yang paham permasalahan ini siapa kita hadirkan langsung, baru kita rancang menjadi suatu tulisan, tetapi untuk isi pesan dituliskan jangan terlalu berat, karena audiens kita bukan pembaca yang rajin ya, jadi intinya tulisannya ringan saja agar bisa dipahami dan dimengerti oleh masyarakat luas, paling seperti itu.”

Perubahan apa yang diinginkan dengan adanya gerakan sosial yang kalian lakukan?

“Perubahannya sih kita kepengennya, dari hasil tuntutan itu tercapai dan didengar, walaupun sulit. Nah kalau untuk kami dari supporter maupun klub, semoga tidak merubah tujuan kita awal seperti apasih.”

2. Tahap Penyusun Strategi Komunikasi

Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat untuk merancang strategi komunikasi?

“Faktor pendukung sih, media sosial yang followersnya banyak itu yang paling penting buat kita upload, untuk kita ajak Kerjasama atau bahkan influencer juga di bidang sepakbola, biasanya kita ajak Kerjasama. Kalau untuk penghambatnya, banyak ide yang berbentur, berbeda dikarenakan banyaknya kepala, maka dari itu biasanya kita menggunakan sistem vote aja.”

Apakah kalian mencari tahu target audiens, atau berjalan dengan organik saja?

”Kalau kita sih berjalan secara organik, karena kita didalam dunia sepakbola terutama supporter sudah belasan tahun dan puluhan tahun, jadi kita berjalan organik saja dan tidak mencari audiens seperti apa, harus ikut apa yang kita bikin, tumbuh dengan organik saja sih.”

Apakah ada perbedaan respon ketika anda melakukan kegiatan gerakan sosial melalui media online dengan kegiatan secara offline?

“Sebetulnya ada, pasti ada perbedaan pendapat, walaupun bukan dari teman sendiri, seperti contoh ketika kita pertama kali menggunakan konsep “punk football” ini banyak yang salah tangkap, banyak yang mengira itu dari “musik punk” padahal, “punk football” ini kolektifitas nya yang harus dipahami. Nah biasanya berbenturan seperti itu karena ke tidak pahaman.”

3. Gerakan Sosial

Apa tujuan dari gerakan sosial yang kalian usung?

“Tujuan nya sih, ya balik lagi, kita ingin membantu sesama aja sih, kita ingin membantu orang yang kesulitan dalam arti mungkin dari kekurangan mereka bisa kita tutupin. Contohnya, ada aktivis lingkungan kita bantu tujuan karena tidak ada kesadaran akan penghijauan, maka dari itu kita bantu.”

Alasan terbentuk nya gerakan sosial yang kalian usung?

“Alasannya balik lagi karena, sepakbola yang kita buat, klub yang kita bikin ini, bukan hanya mencari keuntungan, kita lebih berfokus di isu sosial dulu nomer satunya. Karena banyak nya keluhan dari teman-teman sekitar yang kurang puas terhadap pemimpinnya daerah masing-masing.”

Apa alasan memilih terjun dalam gerakan sosial melalui sepakbola?

”Karena sepakbola itu, khususnya di Bandung itu sangat-sangat digemari, diminati, sangat banyak masyarakat nya yang suka, jadi bisa nyampai pesan tersebut. Karena kalau tidak lewat sepakbola, pesannya kurang sampai dan masanya juga kurang, nah kita ada kesempatan melalui sepakbola ini, kalau kita sudah mencapai liga professional kan jadi kesorot kamera, terjun langsung dengan pejabat PSSI, sehingga bisa didengar lah suara kita.”

Apakah gerakan sosial yang pernah anda lakukan atas berdasar aduan dari masyarakat? atau inisiatif sendiri?

“Sebetulnya sih kebanyakan dari teman-teman, karena rekomendasi dari teman-teman, teman yang sering nongrong bareng kami (Birds Death Brigade ataupun Riverside Forest FC) ataupun teman yang dari luar. Biasanya dari keresahan sekitar dulu, kemudian kami sendiri yang menawarkan inisiatif sendiri.”

Bagaimana Upaya memotivasi orang lain untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif?

"Motivasi sih yang pasti, kalau dari supporter sendiri sih menanamkan semangat berkolektif, biasanya memberitahu melalui media sosial, kalau di tribun stadion selalu rajin memberitahu kepada sekitar akan semangat kolektif, untungnya dari kami (Birds Death Brigade dan Riverside Forest FC) memiliki masa yang sangat solid."

Apa keluhan atau keprihatinan yang kalian alami dalam masalah sosial?

"Kalau keluhan sih paling kebanyakan isu sosial itu sering dicampur dengan isu politik, kita paling males kalau harus menghadapi seperti itu, kalau keluhannya sih paling itu aja, takut gerakan sosial yang kita ingin bantu ternyata di tanggungi."

Apa inisiatif yang pernah kalian lakukan dalam keterlibatan gerakan sosial?

"Paling terakhir ini, penggusuran di Taman Sari untuk meminta keadilan, di daerah tersebut banyak terdapat beberapa RT/RW yang lahannya digusur oleh pemerintah setempat, walaupun yang mereka tumpangi itu tanah pemerintah, tetapi mereka memiliki sertifikat pemilik, nah kita mencoba berdialog dan berdiskusi supaya ada jalannya."

Bagaimana kelompok dan individu, dapat meyakinkan orang lain bahwa aksi kolektif itu bermanfaat?

"Cara meyakinkannya sih dengan cash flow yang selalu dilakukan, kami juga selalu mengupdate melalui medsos Birds Death Brigade maupun Riverside Forest FC, jadi mereka percaya setiap pengeluaran itu tidak dipakai pribadi, ataupun korupsi. Kuncinya saling transparan aja."

Apa rencana aksi yang akan kalian lakukan kedepannya. serta bagaimana rencana itu disusun?

"Untuk saat ini masih belum ada, dikarenakan situasi di Bandung masih kondusif. Paling akhir-akhir ini kita berfokus di rumah Bintang saja, untuk membantu operationa mereka. Untuk rencana itu disusun sih, kita biasa menunjuk seseorang, siapa yang bertanggung jawab, kemudian menyebar luaskan Informasi tersebut ke grup masing-masing daerah, kalau bisa melalui medsos lewat medsos, kalau sekiranya tidak bisa melalui grup WA."

Apa bentuk aksi kegiatan sosial yang anda lakukan, dan alasan apa memilih bentuk itu?

“Kalau yang sudah-sudah sih ada Dago Elos, rumah Bintang, pasar gratis. Kalau untuk yang terbaru sih itu ya penanaman seribu pohon, alasannya karena di daerah tersebut sudah tidak ada penghijauan kembali, banyak daerah yang sudah rusak, akibat ulah manusia juga, maka dari itu kami berpartisipasi membantu.”

Apa tujuan dari gerakan sosial ini?

“Tujuan nya untuk masyarakat juga, bermanfaat buat masyarakat banyak, walaupun gerakan sosial yang kita lakukan sedikit, paling tidak ada manfaat nya, dan juga untuk bisa memotivasi orang-orang.”

Bagaimana peran masyarakat yang terlibat dengan aksi kalian, apakah sejauh ini berhasil?

“Berhasil, tidak ada gangguan selama ini, untuk saat ini aksi sosial yang kami lakukan masih aman-aman saja, cuman kalau aksi dikota kehalang oleh pihak polisi. Alhamdulillah kalau peran masyarakat sangat membantu, sangat berpengaruh kalau disini (Bandung).”

Apa bentuk solidaritas yang kalian lakukan sehingga gerakan sosial itu berhasil?

“Intinya komunikasi itu saling nongkrong, sering berdiskusi, kemudian kalau pergerakan itu harus weekend, karena banyak dari kami yang sibuk kuliah dan bekerja, intinya sih saling berjejaring dengan teman-teman diluar sana dan regenerasi itu harus ada.”

4. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

Apakah ada strategi khusus jika ingin melakukan aksi gerakan sosial?

“Strategi khusus sih intinya, harus kenal dengan warga lokal dan tokoh yang berpengaruh disana, kemudian sama influencer yang berpengaruh terhadap gerakan sosial itu.”

Bagaimana strategi mempertahankan momentum gerakan sosial yang pernah anda lakukan?

“Kita terus membuat campaign, intinya jangan berhenti membuat campaign di medsos sama balik lagi, harus berkomunikasi dengan teman-teman aja, ketemu saling diskusi.”

Bagaimana cara meyakinkan para pendukung tentang gerakan sosial yang anda lakukan?

“Cara meyakinkan sih harus dijelasin tujuan dan maksudnya aja, yang penting tidak mengganggu sekitar, tidak merusak lingkungan sekitar, pasti banyak masyarakat nanti yang akan mendukung, sejauh itu sih kita berhasil ya.”

Bagaimana cara mempertahankan gerakan sosial sehingga aksi kampanye dapat menarik perhatian peserta?

“Kita lebih sering komunikasi, terjun langsung ke lapangan. Semmisal banyak anak-anak muda yang membuat acara kita datengin kemudian kite berpesan bahwa melalui sepakbola ini banyak isu yang bisa diangkat.”

Bagaimana Upaya memotivasi orang lain untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif?

”Motivasi nya paling kita dari orang yang berpengaruh, misalnya dari Birds Death Brigade yang muda tidak berpengaruh, nanti kita lewat yang di tuakan, nah biasanya termotivasi karena melihat sosok tersebut.”

Pembingkai pesan yang dipilih dalam Gerakan sosial dan pertimbangan memilih pesan tersebut?

“Biasanya kita visual, dengan cara membentangkan banner-banner pesan isu sosial, kemudian diupload melalui media sosial, dan pertimbangannya karena dari visual kemudian digital, pasti banyak yang tertarik dengan dua hal ini, nanti pesan nya pasti luas dan akan tersampaikan.”

Bagaimana pengaruh jaringan teman-teman lainnya dalam mempengaruhi pilihan strategi terhadap gerakan sosial yang pernah kalian lakukan?

“Pengaruhnya pasti sangat besar sih, karena setiap tahunnya mereka kan generasi muda ini bertambah usia, nanti akan membuat kelompok-kelompok sendiri, nanti kita (generasi tua) akan merangkul yang lebih muda, nanti pasti dari situ, akan solid sendirinya, jadi untuk pengaruh teman-teman diluar sangat membantu.”

5. Bentuk Aktivisme

Apakah anda juga pernah melakukan kegiatan gerakan sosial melalui online? seperti menggunakan tagar dan sebagainya?

“Pernah, yaitu seinget saya ketika peristiwa Dago Elos kita menggunakan #dagomelawan, isu kanjuruhan juga kita menggunakan #kanjuruhanbelumusai kurang lebih seperti itu. Kemudian kalau kegiatan sosial melalui online paling lewat Instagram,

karena kita memiliki followers yang aktif, insight nya juga luas, disitu biasanya kita melakukan aktivisme digital.”

Apakah dengan adanya aktivisme digital membuka ruang demokrasi daripada sebelumnya?

“Iya, betul sangat membuka ruang demokrasi, jadi kadang kalau suka ada yang kebablasan, saking berpengaruhnya media sosial sekarang. Tetapi dengan adanya media sosial juga, menjadi ruang diskusi buat teman-teman yang tidak bisa berpartisipasi secara offline.”

Bagaimana peran media sosial, dalam gerakan sosial yang pernah anda lakukan, apakah cukup membantu?

“Oh, tentunya sangat membantu, media sosial sangat membantu, membuat jadi lebih mudah untuk berkomunikasi lagi.”

Bagaimana perbedaan melakukan gerakan sosial melalui media online dan terjun langsung ke lapangan?

“Ada perbedaannya sih, kalau terjun langsung mungkin lebih terasa real nya ikut pergerakan, tidak hanya omong doang, usul doang ketika terjun kita benar-benar merasa apa yang dia rasa, ada aksi nyata nya. Kalau media online hanya bisa menyemangati saja yang ikut aksi nyata.”

Sejauh ini apakah gerakan sosial melalui media sosial dapat lebih efektif dalam memobilisasi dukungan massa?

“Sangat efektif banget kalau untuk memobilisasi masa, cuma kalau untuk nyata sih kita harus publikasi lagi. Kalau medsos hanya untuk penyemangat saja.”

Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara Kang Essa (RFFC)

1. Strategi Komunikasi

Bagaimana Upaya mengenali audiens?

“Upaya untuk mengenali audiens, kita terbentuk dari lingkaran kecil dulu, dari teman teman dekat dulu tiba tiba menyebar dan semakin banyak. Intinya berteman sih dan berjalan dengan organic saja.”

Apa saja pemilihan dan pengelolaan saluran komunikasi?

“Kalau untuk saluran komunikasi kita menggunakan media sosial seperti, X dan Instagram mungkin, dan juga dari grup WA.”

Apa upaya untuk mengetahui respon dari sasaran?

“Kalau Upaya untuk mengetahui respon dari sasaran, mungkin kita pernah ikut federasi, mau ga mau harus ikut federasi, karena kita sudah banyak di banned dari kompetisi amatir di Bandung. Maka dai itu sistem kita menggunakan voting, ikut liga apa tidak, ternyata respon nya banyak yang ikut, walaupun hasil voting nya berbeda sedikit. Tujuan kita ikut liga bukan untuk cari prestasi, contoh pada tahun pertama kita ikut liga yang diadakan di Subang, ada kasus kita harus membayar kartu kuning, di technical meeting pertama, diwajibkan transfer, nah ketika di Subang kita dimintai cash, tujuan kita sebenarnya bukan untuk menjelek jelekkan tetapi untuk perubahan, itu sempat viral di media sosial karena tidak professional nya pengelolaan liga yang diadakan PSSI. Nah ketika tahun kedua kita mengikuti liga, sudah mulai ada perbaikan, mulai dari adanya kuitansi hingga pembayaran via transfer, nah itu berarti tujuan kita untuk perbaikan sudah ada, walaupun mulai dari yang kecil dulu.”

Apa tujuan yang hendak dicapai melau kegiatan kampanye tersebut, dan pertimbangan memilih tujuan kampanye tersebut?

“Tujuan yang kita capai itu mungkin yang pertama, karena kita makhluk hidup ya, bersosial kita bisa ngebantu orang. Contohnya yang Dago Elo situ kita ngebantu warga sekitar untuk mempertahankan haknya yaitu kami merasa ada kepuasan tersendiri ya. Karena sepakbola bukan hanya bermain sepakbola masih banyak yang bisa di explore, seperti campaign kita tentang rumah cemara, keadilan bersepakbola bagi seluruh rakyat

Indonesia, jadi kita main sepakbola bisa dinikmati seluruh manusia, tidak harus atlet, bebas siapapun berhak main sepakbola.”

Apa saja elemen utama yang harus diperhatikan dalam merancang strategi komunikasi untuk gerakan sosial?

“Paling elemen yang harus diperhatikan, intinya kita harus melihat dulu campaign nya seperti apa. Contoh, kita mau bikin gerakan A gerakan B, tetapi pas kita mau bantu ternyata gerakan nya salah, kita harus selidiki dulu, maksudnya apa tujuan mereka apa. Contoh, kaya pasargratis Bandung, tujuan mereka adalah, untuk mebantuu orang agar tidak kelaparan, kemudian orang yang dijalan juga layak memakai pakaian yang bagus. Jadi kita liat dulu, kalau tidak cocok dan ada kepentingan sendiri kita pasti mundur. Contoh, missal kita buka donasi di orang, takut hasil keuntungan nya dibawa kabur, maka dari itu kita pernah Lelang jersey yang mana hasilnya langsung diserahkan kepada keluarga korban langsung. Jadi intinya elemen yang harus diperhatikan kita harus bisa memfilter, takutnya gerakan yang kita bikin atau support takut di tungganggi oleh kegiatan politik praktis.”

Bagaimana pesan aktivisme sosial dirancang agar efektif dan mampu mempengaruhi audiens?

“Kita pasti memberitahu melalui media dulu. Contoh, setiap mau bikin sesuatu pasti memberitahu kepada audiens melalui media sosial, karena mumpung akun media sosial Riverside Forest FC sudah memiliki banyak masa. Nanti kita voting dulu di grup WA, kalau pada setuju baru kita memberitahu kepada khalayak luas, seperti itu mas.”

Perubahan apa yang di inginkan dengan adanya gerakan sosial yang kalian lakukan?

“Kalau perubahan pastinya ingin membuat jadi lebih baik. Contoh kalau dari sepakbola, ingin membuat federasi jauh lebih baik, daripada kita bersuara dari luar, mending kita coba masuk kedalam tubuh federasi, maka dari itu kita mengikuti liga dibawah naungan federasi. Terus kalau goals dari segi sosial nya, sama-sama ingin jadi lebih baik. Contoh dari Dago Elos, ingin mengurangi adanya tindakan mafia tanah.”

2. Tahap Penyusun Strategi Komunikasi

Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat untuk merancang strategi komunikasi?

“Kalau untuk faktor pendukung komunikasi, kita dari lingkaran kecil dulu, jadi ada penanggung jawab nya, mealui grup WA. Untungnya kita memiliki masa yang solid, tanpa ada Batasan dari pihak supporter. Mungkin kalau penghambat, biasanya ada yang kontra sama kami aja, tapi itu wajar ya didalam dunia ini, kalau untuk yang gimana-gimana sih tidak ada”

Apakah kalian mencari tahu target audiens, atau berjalan dengan organik saja?

“Kalau itu sih berjalan dengan organik aja ya. Contoh, Riverside kan bukan dari Bandung aja ya, pernah ada satu moment anak anak dari kota tetangga (Jakarta) ingin nonton Riverside, itu tidak jadi masalah, cuman jangan membawa-bawa klub local daerah, cukup mendukung Riverside aja. Jadi kita tidak memilah-milih mau siapa, bebas-bebas saja asal mendukung Riversidedan berjalan dengan organik saja untuk audiens.”

Apakah ada perbedaan respon ketika anda melakukan kegiatan gerakan sosial melalui media online dengan kegiatan secara offline?

“Kalau di offline mungkin perbedaan nya karena dari anak-anak ada ide apa akita tinggal jelasin selesai, jadi tidak ada miskom untuk kedepannya. Kalau di online, kita kan gatau siapa aja, semisal di media online bersuara nya untuk apa dulu nih, kalau se visi-misi kita akan support.”

3. Gerakan Sosial

Apa tujuan dari gerakan sosial yang kalian usung?

“Tujuan sih intinya saling membantu aja sih. Mulai dari membantu yang terdekat dulu, semisal dari Dago Elos, pasargratis Bandung, dan rumah Bintang.”

Alasan terbentuk nya gerakan sosial yang kalian usung?

“Kalau alasan nya sih, balik lagi ya, karena ada kepuasan tersendiri aja bisa membantu sesama dan bisa jadi bermanfaat aja sebagai makhluk sosial.”

Apa alasan memilih terjun dalam gerakan sosial melalui sepakbola?

“Kalau untuk alasan melalui sepakbola, mungkin seakbola sekarang sudah terlalu modern ya, mereka hanya mementingkan dari segi bisnis saja, terus yang terjun ke sosial nya jarang. Kalau dari pihak Riverside Forest FC seru aja gitu membantu, dan pihak

manajemen *pun sama sekali tidak ada menerima sepeserpun bayaran dari awal terbentuk.*”

Apakah gerakan sosial yang pernah anda lakukan atas berdasar aduan dari masyarakat? atau inisiatif sendiri?

“Sebenarnya lebih ke inisiatif sendiri sih, jarang dari aduan masyarakat. Contoh, gerakan sosial yang sudah-sudah, itu berdasar inisiatif sendiri, seperti Dago Elos, kita bekerja sama dengan BSA (Bandung Suporter Alliance) kita menawarkan diri.”

Bagaimana Upaya memotivasi orang lain untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif?

“Tidak ada spesifik sih, kita berjalan organik aja, sesimple kita mau melakukan campaign kita posting di media sosial, itu masa nya akan datang sendirinya aja.”

Apa keluhan atau keprihatinan yang kalian alami dalam masalah sosial?

“Kalau keluh kesah nya sih banyak ya, semisal, banyak nya orang yang kurang beruntung dijalan, makanya terbentuk pasargratis itu, kita bantu, kita bikin berapa nasi bungkus gitu kita bagiin dijalan.”

Apa inisiatif yang pernah kalian lakukan dalam keterlibatan gerakan sosial?

“Mungkin yang kita ke Dago Elos, pasargratis, dan rumah Bintang, kita juga ada rencana ingin bantu Palestine melalui jersey yang mana hasil keuntungan nya akan dibagikan, tapi kita masih kontak-kontakan dengan pihak sana.”

Bagaimana kelompok dan individu, dapat meyakinkan orang lain bahwa aksi kolektif itu bermanfaat?

“Kita pasti kalau ada suatu kegiatan kami report terus di media sosial, dan alhamdulillah nya respon nya sangat bagus dan ikut dengan sendirinya.”

Apa rencana aksi yang akan kalian lakukan kedepannya. serta bagaimana rencana itu disusun?

“Kalau untuk aksi saat ini belum ada, tapi kalau untuk tahunan ada sih. Contoh nya adalah, mempertingati tragedi Kanjuruhan, kita tau sendiri ya, Kanjuruhan kan belum beres ya, terus akan ada Football MayDay, yang kemungkinan akan diadakan di Jawa Tengah (Purbalingga). Mungkin MayDay yang turun ke jalan sudah banyak ya, jadi kita cukup merayakan dengan sepakbola kemudian di upload ke media, jadi dari situ semakin

luas menyebarnya. Dan untuk Menyusun rencana nya, seperti Football MayDay ini kita melibatkan banyak pihak, seperti perwakilan tiap klub yang akan berpartisipasi, kemudian kita mengobrol saja, tidak ada yang spesifik harus gimana-gimana sih.”

Apa bentuk aksi kegiatan sosial yang anda lakukan, dan alasan apa memilih bentuk itu?

“Selama ini paling Dago Elos, Rumah Bintang, pasargratis. Kalau alasannya sih itu tadi ya, ada kepuasan tersendiri aja ketika bisa membantu sesama.”

Apa tujuan dari gerakan sosial ini?

“Tujuan nya sih selain membantu ya, mungkin bisa menjadi wadah dalam artian tempat untuk bisa bersuara ketika ada yang ingin melakukan gerakan sosial, kita bisa membantu.”

Bagaimana peran masyarakat yang terlibat dengan aksi kalian, apakah sejauh ini berhasil?

“Alhamdulillah nya berhasil ya, dan masyarakat cukup puas terutama yang Dago Elos situ, dan juga kita dibantu banyak pihak mulai dari awal gerakan itu terbentuk hingga berhasil menang di persidangan.”

Apa bentuk solidaritas yang kalian lakukan sehingga gerakan sosial itu berhasil?

“Paling cukup dengn komunikasi yang intens sih, dalam artian komunikasi harus berjalan terus menerus dan saling berjejaring dengan teman-teman yang lain.”

4. Strategi dan Taktik Gerakan Sosial

Apakah ada strategi khusus jika ingin melakukan aksi gerakan sosial?

“Tidak ada sih, berjalan dengan sendiri nya aja dalam artian organik saja.”

Bagaimana strategi mempertahankan momentum gerakan sosial yang pernah anda lakukan?

“Cara mempertahankan nya dalam artian solid aja sih, gada strategi-strategi yang penting solid aja, berkomunikasi secara terus menerus, dan saling follow up.”

Bagaimana cara meyakinkan para pendukung tentang gerakan sosial yang anda lakukan?

“Cara meyakinkan sih dengan bukti nyata aja, kemudian kita upload di sosial media, dan pada akhirnya saling percaya dan saling transparan aja, apapun pengeluarannya kita harus tetap transparan yang kemudian kita upload di media.”

Bagaimana cara mempertahankan gerakan sosial sehingga aksi kampanye dapat menarik perhatian peserta?

“Paling kita tetap bersuara aja di media sosial ya, untuk sekarang sih Riverside sudah enak ya dalam artian dapat dipercaya jadi anak-anak ya tinggal langsung aja bergerak, asal narasinya jelas.”

Bagaimana Upaya memotivasi orang lain untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif?

“Tidak ada sih, organik aja, pernah ada moment ketika pasargratis yang kita bagiin nasi bungkus, tiba-tiba ada yang DM akun Riverside ingin membantu juga, itu berjalan organik aja, mungkin karena orang-orang udah percaya dengan Riverside karena sering ikut keterlibatan aksi sosial.”

Peningkatan pesan yang dipilih dalam Gerakan sosial dan pertimbangan memilih pesan tersebut?

“Kalau itu kebanyakan di banner terutama dalam sepakbola ya, pesan untuk semua penggemar sepakbola, semisal banner bertulisan Football For All yang ada di jersey juga, pesan untuk tragedi Kanjuruhan, dan pertimbangannya adalah. Ya, karena sepakbola berhak di mainkan siapa saja tanpa memandang apapun dan kalau yang Kanjuruhan ya, karena nyawa manusia tidak sebanding dengan sepakbola, sepakbola seharusnya buat hiburan, dan untuknya kita cukup punya supporter yang solid, sehingga pesan itu bisa sampai dan berhasil.”

Bagaimana pengaruh jaringan teman-teman lainnya dalam mempengaruhi pilihan strategi terhadap gerakan sosial yang pernah kalian lakukan?

“Kalau itu cukup membantu ya, terutama kaya isu Palestine, semua klub collective setuju, selain itu kita juga saling support ya, ketika teman teman diluar sana terjadi apa-apa kita bantu, seperti misalnya yang terjadi di kampung bayan itu. Dan juga Dago Elos itu kita dibantu oleh teman-teman BSA (Bandung Suporter Alliance). Sejauh ini teman-teman sangat positif ya.”

5. Bentuk Aktivisme

Apakah anda juga pernah melakukan kegiatan gerakan sosial melalui online? seperti menggunakan tagar dan sebagainya?

“Kalau untuk itu sih sering ya, banyak. Semisal, ada isu A kita pasti bersuara, ada isu B kita juga bersuara, jadi terus menerus seperti itu aja sih. Kalau untuk menggunakan tagar sih kita pernah seperti, #kanjuruhanbelumusai #footballforall mungkin seperti itu.”

Apakah dengan adanya aktivisme digital membuka ruang demokrasi daripada sebelumnya?

“Kalau disebut membuka ruang demokrasi, sangat bisa. Seperti contohnya, ketika kita upload apapun itu ke media sosial jadi bahan diskusi bareng-bareng gitu.”

Bagaimana peran media sosial, dalam gerakan sosial yang pernah anda lakukan, apakah cukup membantu?

“Peran media sosial cukup membantu sih, salah satunya mampu memobilisasi masa diluar.”

Bagaimana perbedaan melakukan gerakan sosial melalui media online dan terjun langsung ke lapangan?

“Perbedaan nya mungkin kalau untuk terjun langsung lapangan, cuma untuk beberapa orang saja ya. Tapi kalau untuk di media kan bisa siapa saja untuk berpartisipasi, mungkin bisa berkali-kali lipat gitu ya. Kalau di media kan siapa saja bisa gabung, kalau terjun ke lapangan paling tidak harus dikota tersebut.”

Sejauh ini apakah gerakan sosial melalui media sosial dapat lebih efektif dalam memobilisasi dukungan massa?

“Lebih efektif, dikarenakan untuk sekarang hampir semua orang menggunakan media sosial, jadi lebih efektif ya., dan hampir seluruh diskusi kita (Riverside Forest FC dan Birds Death Brigade) di media sosial sangat kondusif”

Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara Bapak Faridhian

1. Berdasarkan pengamatan dan penelitian Bapak, bagaimana Bapak melihat fenomena klub sepak bola seperti Riverside Forest FC yang bukan hanya fokus pada olahraga, tetapi juga aktif dalam isu-isu sosial?

“Pada dasarnya konsep mereka ini berbeda dengan klub pada umumnya, yang mana klub klub tersebut mengincar juara, ambisi. Tapi yang membedakan klub ini dengan yang lain adalah, klub ini diatur dan dikelola oleh suporternya sendiri, mereka bahasanya “konterhegemoni” sehingga ketika mereka menjadikan supporter aktor utamanya, mereka akan melakukan apapun untuk supporter tersebut. Yang didalamnya adalah aksi-aksi sosial tersebut. Pada intinya karena mereka menganut ideologi “punk football” yang mana konsep “punk” itu sendiri anti kemapanan, sehingga mereka memperotes aksi-aksi tersebut dengan kegiatan sosial. Fenomena seperti ini sebenarnya banyak, cuma banyak juga yang gugur, kaarena dia hanya sebatas klub “fun football” tapi ini bisa bertahan dari 2021 hingga sekarang 2025. Fenomena seperti ini juga banyak yang tergerus oleh keadaan, kalau tidak ada yang mengurus, tidak ada duit, suporternya tidak ada yang datang udah bubar. Maka dari itu mereka (Riverside Forest FC) tidak mempunyai ambisi, karena ambisi itu butuh duit.”

2. Mereka juga sangat aktif menggunakan media sosial untuk mendokumentasikan kegiatan, transparansi keuangan, dan ajakan partisipasi. Apa pandangan Bapak terhadap penggunaan media sosial sebagai alat utama strategi komunikasi oleh klub sepak bola komunitas?

“Sebenarnya belum tentu media sosial sebagai alat utamanya, kalau dari penglihatan saya, alat utama mereka bukan hanya media sosial, tetapi dengan turun kejalan. Seperti ikut partisipasi kegiatan sosial, memasang banner, mengikuti demo, itu merupakan strategi mereka. Media sosial itu hanya menjembatani, bisa dikatakan media sosial itu hanya sebagai pemantik saja. Media sosial menjadi sarana atau medium keberlanjutan aksi.”

3. RFFC tidak memiliki struktur organisasi yang kaku, dan lebih mengandalkan ikatan sosial komunitas. Apakah model kolektif seperti ini punya kelebihan tertentu dalam membangun partisipasi yang berkelanjutan?

“Sebenarnya banyak pro kontra ya, kalau mengenai kolektif ini, kalau dilihat sama supporter mereka sama sama unggul, karena mereka sama sama memiliki, tapi negatifynya terkadang kalau sama kolektif itu, ketika sama sama egaliter dalam artian sama-sama rata keberadaanya, ketika tidak ada pemimpin dan orang yang dipercaya mereka akan kehilangan kendali. Karena tidak ada orang yang boleh mengambil keputusan, karena kan disini konsepnya keputusan rame-rame, terbuka, transparan.”

4. Apa tantangan terbesar yang biasa dihadapi kelompok supporter seperti BDB ketika membawa isu-isu sosial ke ruang publik sepakbola?

“Tantangan terbesarnya adalah supporter itu “organize crowd” tantangan nya adalah kalau supporter ikut kedalam aksi sosial, mereka dijadikan kendaraan oleh orang-orang lain. Jangan-jangan bakal ada pergeseran dari fungsi supporter sebagai penonton, bergeser fungsinya menjadi segerombolan orang atau masa saja, yang bisa diisi atau ditebengin isu aksi yang lain.”

5. Apa yang membedakan gerakan sosial berbasis supporter sepak bola dengan bentuk aktivisme komunitas lainnya di Indonesia?

“Kalau diliat dari beberapa referensi, yang membedakan aksi sosial supporter dengan kelompok lain, biasanya terkadang aksi sosial supporter itu ada identitas seperti, jersey dan sebagainya. Tetapi mereka lepas identitas jersey tidak ada bedanya. Tapi mungkin yang paling membedakan adalah, kalau diliat utamanya kekompakan, karena kalau supporter akan dilihat lebih kuat, lebih kompak. Jadi kalau misalnya dari kelompok supporter diambil polisi, kelompok supporter in group maupun out group akan ikutan marah. Semisal kalau mau diambil contoh seperti, anak SMA, kuliah ikutan demo, kemudian anak UII ditangkap, pasti anak UGM, Atma Jaya tidak peduli. Karena supporter ikatan nya kuat dengan supporter lain.”

6. Dalam konteks gerakan sosial, bagaimana Bapak melihat potensi kelompok supporter sebagai wadah perubahan sosial di masyarakat?

“Kalau kelompok seperti Riverside Forest FC dan beberapa lainnya disebut “again of change” bisa saja, tetapi di Indonesia kenyataannya sulit, karena stereotipe supporter identic erat dengan kekerasan dan kerusuhan, sehingga kalau mereka mau ikutan aksi, akan dianggap oleh masyarakat ujung-ujungnya kekerasan dan rusuh. Sebenarnya bisa, jika mereka lepas dari stereotipe kekerasan dan kerusuhan.”

7. Menurut bapak, darimana pengaruh kultur sepakbola yang diusung oleh RFFC dan BDB? Mereka mengklaim diri sebagai salah satu pengusung gagasan Punk Football, terutama di Indonesia

“Bisa jadi kalau dilihat dari saya observasi, seperti baju, merchandise, chants, banner mereka mendekati kelompok supporter Jerman, seperti FC Saint Pauli, kalau mau dilihat konsep “punk football” mereka larinya akan ke FC Saint Pauli.”

8. Menurut bapak, mengapa gerakan ini tumbuh di Indonesia? Dan apakah akan menular ke kelompok suporter lain?

“Kalau alasan tumbuh bisa banyak sebenarnya, salah satunya menurut saya karena dinamika ekonomi politik Indonesia, akhirnya kelompok marjinal seperti ini bersuara. Suporter dia tahu mereka punya pendukung, punya kekompakan jadi kalau muncul seperti ini akan banyak pendukungnya dan rame, akhirnya mereka berani bersuara. Sesimple mereka ingin melakukan perubahan saja, sehingga lahirlah gerakan ini, klub yang dikelola oleh bersama-sama. Kalau dikatan menular, mungkin akan banyak digunakan kelompok supporter lain, jika Riverside Forest FC naik daun, misal dia naik divisi teratas liga Indonesia, mungkin akan banyak yang meniru.”

Lampiran 4. Surat Pengantar Pengambilan Data

1. Surat Pengantar Pengambilan Data kepada BDB

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

FAKULTAS PSIKOLOGI & ILMU SOSIAL BUDAYA
Gedung D, Sekeloa Timur Bandung
Jl. Sekeloa Timur No. 101, Bandung 40132
T. (022) 8848400, 206, 214
E. fakultas@iainid.ac.id
W. iainid.ac.id

Tanggal : 20 November 2024
Nomor : 2973/DEK/70/DA/AM/2024
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth. Perwakilan Pengurus Birds Death Brigade Bandung
Assalamualaikum W. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon izin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Adhitya Lathif Qamar Ra'if
Nomor Induk Mahasiswa : 21321054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Narayana Mahendra P.S.Sos, M.A
Judul Skripsi :
Strategi Komunikasi Oleh Klub Sepakbola Amatir Riverside Forest FC dan Kelompok Supporter Bird Death Brigade Dalam Aktivisme Sosial

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum W. Wb

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia


Dr. Fadhil Ghoreh, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIP. 963200102

2. Surat Pengantar Pengambilan Data kepada RFFC

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

FAKULTAS PSIKOLOGI & ILMU SOSIAL BUDAYA
Gedung D, Sekeloa Timur Bandung
Jl. Sekeloa Timur No. 101, Bandung 40132
T. (022) 8848400, 206, 214
E. fakultas@iainid.ac.id
W. iainid.ac.id

Tanggal : 15 Mei 2025
Nomor : 820/DA/70/DA/TA/VI/2025
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth. Dosen Komunikasi Universitas Pancasila Jakarta
Assalamualaikum W. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon izin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Adhitya Lathif Qamar Ra'if
Nomor Induk Mahasiswa : 21321054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A
Judul Skripsi :
STRATEGI KOMUNIKASI OLEH KLBUS SEPAKBOLA AMATIR RIVERSIDE FOREST FC DAN KELOMPOK SUPPORTER BIRD DEATH BRIGADE DALAM AKTIVISME SOSIAL

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum W. Wb

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia


Dr. Fadhil Ghoreh, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIP. 963200102

Lampiran 5. Surat Balasan dari Pihak RFFC dan BDB



RIVERSIDE FOREST FOOTBALL CLUB

Sekretariat : Perum Cijerah I Blok VI No.7, Kota Bandung, Indonesia
Phone : +62-82217532959
e-mail : riversideforest68@gmail.com

Nomor : 002/RFFC/S-REKOMENDASI/XI/2024
Lampiran : {-}
Perihal : SURAT JAWABAN

Kepada
Yth,
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat No. 2973/DEK/70/DAA/XI/2024 tertanggal 20 November 2024 perihal permohonan penelitian/Survei Data untuk penyusunan Skripsi Mahasiswa atas nama Aditya Lathif Qamar Ra'if, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Kami sampaikan beberapa hal:

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan dan mengizinkan pelaksanaan penelitian dan survey tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian dibenarkan untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan di waktu hari kerja atau saat senggang dari yang bersangkutan.
4. Izin harap disesuaikan dengan kebutuhan dan kesanggupan dari Manajemen, BDB dan Tim Pelatih.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 25 November 2024

Ketua Pengurus,


RIOLE THITANO NAVAYO, SH

Tembusan:

- Sekretaris Umum
- Birek Death Brigade
- Arsip

Lampiran 6. Dokumentasi Saat Pengambilan Data

