

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Televisi sebagai salah satu media massa yang dapat menjangkau khalayak orang banyak dalam memproses terjadinya komunikasi satu arah. Menurut McLuhan, menggunakan media ini pada hakekatnya adalah perluasan dari alat indera manusia, seperti telepon merupakan kepanjangan dari telinga, televisi perpanjangan dari mata (Rahmat, 2002:220). Media televisi mempunyai daya tarik yang begitu luas sehingga mampu membawa siswa terbawa arus dan mempunyai dampak yang sangat besar kepada pemirsa.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya yaitu program berita (*News*), yang dimaksud dengan berita adalah laporan, peristiwa, atau informasi mengenai suatu kejadian atau peristiwa yang terkini (aktual) yang terdiri dari peristiwa, kejadian, opini, fakta, laporan, dan lain – lain.

Masyarakat Indonesia tentunya mempunyai media televisi secara tidak langsung akan menonton tayangan yang bersifat langsung ini. Karena akan memenuhi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan media massa atau televisi : kebutuhan kognitif, yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat informasi, kebutuhan primer, yang berusaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat kesenangan, kebutuhan integratif parsional yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha – usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman, dan sekelilingnya, dan kebutuhan pelarian yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan (Liliweri,1991:133).

Stasiun – stasiun televisi swasta nasional yang ada di Indonesia saat inipun tidak mau ketinggalan untuk menampilkan tayangan – tayangan acara yang apik dan menarik perhatian pemirsa. Salah satunya tayangan yang bersifat “langsung

maupun tidak” yaitu mampu menarik dan memukau jumlah pemirsa lebih banyak dari biasanya. Acara demikian biasanya acara olahraga, misalnya pertandingan tinju kelas berat. Pertandingan bulu tangkis *All England* (melibatkan pemain Indonesia), pertandingan final bola dunia, dan juga pertandingan Liga Inggris dan lain – lain sebagainya (Mulyana,2001:147).

Siaran langsung merupakan liputan langsung dari tempat kejadian yang disiarkan oleh pihak televisi. Pemirsa dirumah dapat menyaksikan acara yang terjadi pada waktu yang bersamaan tanpa direkayasa oleh pihak tertentu. Inilah yang menjadi daya tarik yang begitu kuat akan siaran langsung yang mampu menarik banyak perhatian pemirsa. Ini juga dikarenakan oleh sifat manusia yang ingin selalu tahu terutama tentang hal kejadian terbaru tentunya.

Sepakbola, sebuah olahraga yang mempertemukan dua tim lapangan hijau, kini telah menjadi sebuah industri yang sangat besar. Sepakbola memang berbeda dengan olahraga yang lain. Olahraga ini berhasil membius jutaan penduduk di seluruh dunia dan sejenak melupakan berbagai masalah politik, hukum, dan ekonomi. Sepakbola adalah olahraga universal, semua orang: kaya, miskin, tua, muda, laki-laki, perempuan semuanya bisa menikmati permainan ini. Saat di stadion maupun didepan layar televisi semua memiliki tujuan yang sama yaitu mendukung tim kesayangan mereka bertanding.

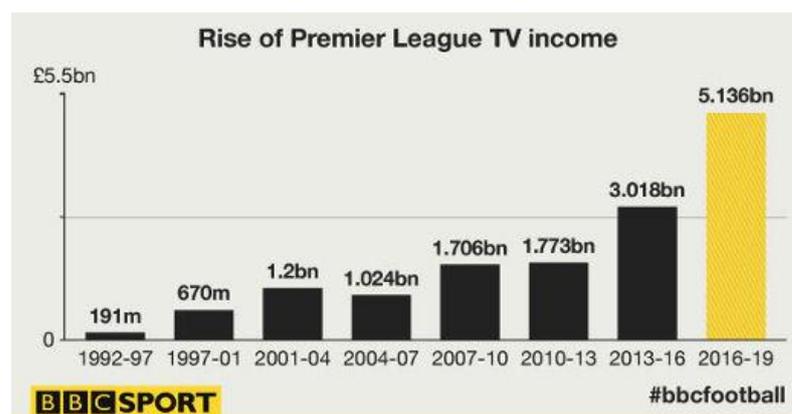
Televisi tentunya jeli melihat fenomena ini. Olahraga yang paling populer di kolong jagat ini memiliki peluang bisnis yang menjanjikan. Apalagi tak mungkin semua orang dapat menyaksikan langsung di stadion. Televisi adalah sarana lain bagi penggila bola yang tak bisa menyaksikan langsung tim kesayangannya bertanding di stadion. Dengan maraknya siaran sepakbola di televisi tentunya memberikan dampak baik pada pemain, klub, suporter, ataupun jumlah penonton yang hadir di stadion. Televisi pun secara tidak langsung dapat mengubah gaya hidup seseorang karena tayangan sepakbola.

Kompetisi sepakbola sendiri dapat dilihat dari banyaknya Liga-Liga sepakbola di dunia dan tentunya yang paling menarik berasal dari benua eropa, banyak yang mengatakan LA Liga Spanyol sekarang ini sebagai penguasa atau bisa dibilang mendominasi eropa dikarenakan wakil Spanyol seperti Real Madrid

dan Barcelona sering menjuarai beberapa turnamen penting, namun menjadi liga terbaik tentu ada banyak komponen yang dinilai, dan salah satunya adalah finansial.

Ini yang membuat *Barclays Premier League* sebagai kompetisi sepakbola paling tajir di seluruh dunia. Sebabnya ialah nilai jual hak siaran kompetisi ini terus melonjak. Dari hasil lelang penjualan hak siar Premier League, tercapai sebuah rekor bernilai 5,136 miliar poundsterling, atau hampir Rp 100 triliun yang dimenangkan oleh Sky dan BT Sport. Kontrak tersebut berlaku selama 3 musim, dari musim 2016/2017 khusus untuk wilayah Inggris Raya (UK). Dari 7 penawaran paket, Sky mengambil 5 diantaranya dan membayar 4,2 miliar pounds (Rp 82 Triliun). Sedangkan rival mereka BT Sport membayar 960 juta pounds (Rp 18 Triliun) untuk mengambil 2 paket lainnya. Dibandingkan tahun sebelumnya, tahun ini Sky harus membayar 83% lebih besar, sedangkan pembayaran BT naik 18%. Per musim sky akan mengeluarkan 1,39 miliar pounds, sedangkan BT 320 juta pounds. Dirata-ratakan penyiaran Liga Inggris bernilai 10,19 juta pounds atau senilai dengan Rp 200 miliar per pertandingan. (www.squawka.com)

Gambar 1.1



Sumber : www.bbc sport.com diakses pukul 18.54 WIB Senin 20 juni 2016

Diresmikannya kesepakatan senilai €6,9 miliar (£5,1 miliar atau hampir Rp100 triliun) untuk hak siar terbaru Liga Primer Inggris musim 2016/17 hingga 2018/19, telah mengakhiri segala perdebatan tentang sebuah daya tarik bernama sepakbola. Jumlah raksasa itu mengantarkan olahraga terpopuler di dunia itu naik

ke level baru, persis di saat tren ekonomi global sedang mengalami resesi. Meski demikian, kontrak anyar bernilai fantastis tersebut sama sekali bukan kabar baik bagi seluruh pihak yang terlibat dalam sepakbola. Bandingkan saja, di saat Liga Primer berharga €12 juta per laganya, liga-liga top Eropa lainnya masih sangat kesulitan mengejar angka selangit itu. Berikut ini merupakan gambar perbedaan pendapatan klub antara peringkat pertama sampai terakhir dari 5 Liga terbesar di eropa.

Gambar 1.2

TV Earnings Barclays Premier League (Liga Inggris)

TV EARNINGS 2013-14 - PREMIER LEAGUE		
RANK	TEAM	EARNINGS (DM)
1	Liverpool	97.5
2	Manchester City	96.6
3	Chelsea	94.6
4	Arsenal	92.9
5	Tottenham	89.7
6	Manchester United	89.2
7	Everton	85.0
8	Newcastle	77.4
9	Southampton	76.9
10	Stoke	75.7
11	Swansea	74.2
12	West Ham	73.7
13	Crystal Palace	73.2
14	Aston Villa	72.7
15	Sunderland	71.7
16	Hull	67.0
17	West Brom	65.8
18	Norwich	64.6
19	Fulham	63.3
20	Cardiff	62.1
	Total	1563.8

Sumber : www.panditfootball.com diakses pada tanggal 20 juni 2016 pukul 19.32

WIB

Gambar 1.3
LA Liga (Liga Spanyol)

TV EARNINGS 2013-14 - LA LIGA		
RANK	TEAM	EARNINGS (€m)
1	Real Madrid	103.74
2	Barcelona	103.74
3	Valencia	35.57
4	Atletico Madrid	31.12
5	Sevilla	23.71
6	Athletic Bilbao	23.71
7	Villarreal	23.71
8	Real Betis	22.23
9	Espanyol	20.75
10	Real Sociedad	18.53
11	Malaga	18.53
12	Getafe	18.53
13	Osasuna	16.30
14	Celta Vigo	16.30
15	Levante	16.30
16	Granada	13.34
17	Eliche	13.34
18	Valladolid	13.34
19	Rayo Vallecano	13.34
20	Almeria	13.34
	Total	559.46

Sumber : www.panditfootball.com diakses pada tanggal 20 juni 2016 pukul 19.32

WIB

Gambar 1.4
LIGUE 1 (Liga Perancis)

TV EARNINGS 2013-14 - LIGUE 1		
RANK	TEAM	EARNINGS (€m)
1	PSG	33.05
2	Marseille	30.93
3	Lyon	30.27
4	Lille	27.01
5	Bordeaux	23.75
6	St Etienne	23.61
7	Monaco	21.83
8	Rennes	17.76
9	Toulouse	15.84
10	Lorient	16.06
11	Montpellier	15.84
12	Stade Reims	12.65
13	Nantes	12.36
14	Bastia	12.14
15	Nice	12.14
16	Evian	12.06
17	Valenciennes	11.47
18	Quingamp	10.95
19	Sochaux	10.51
20	Ajaccio	9.69
	Total	359.91

Sumber : www.panditfootball.com diakses pada tanggal 20 juni 2016 pukul 19.32

WIB

Gambar 1.5
SERIE A (Liga Italia)

TV EARNINGS 2013-14 - SERIE A		
RANK	TEAM	EARNINGS (€m)
1	Juventus	69.66
2	Inter Milan	59.58
3	AC Milan	57.72
4	Roma	45.50
5	Napoli	44.31
6	Lazio	36.90
7	Fiorentina	32.90
8	Torino	26.31
9	Udinese	25.86
10	Parma	25.42
11	Sampdoria	25.42
12	Genoa	24.68
13	Cagliari	22.90
14	Bologna	22.23
15	Catania	21.79
16	Atalanta	21.56
17	Chievo	19.27
18	Verona	17.19
19	Livorno	14.45
20	Sassuolo	13.26
Total		626.90

Sumber : www.panditfootball.com diakses pada tanggal 20 juni 2016
pukul 19.32 WIB

Gambar 1.6
BUNDESLIGA (Liga Jerman)

TV EARNINGS 2013-14 - BUNDESLIGA		
RANK	TEAM	EARNINGS (€m)
1	Bayern Munich	27.34
2	Borussia Dortmund	26.31
3	Bayer Leverkusen	24.90
4	Schalke	24.68
5	Borussia Monchengladbach	23.64
6	Hannover	22.75
7	Wolfsburg	22.30
8	Mainz	21.49
9	Freiburg	20.82
10	Stuttgart	20.16
11	Werder Bremen	19.41
12	Hoffenheim	18.60
13	Hamburg	17.78
14	Nuremberg	16.97
15	Eintracht Frankfurt	16.08
16	Augsburg	15.19
17	Hertha Berlin	14.30
18	Eintracht Braunschweig	13.49
Total		366.21

Sumber : www.panditfootball.com diakses pada tanggal 20 juni 2016 pukul 19.32
WIB

Dan yang paling pahit, kompetisi sebesar dan seprestisus Liga Champions ternyata juga harus kalah telak dari EPL. Meski namanya terus terangkat setelah perubahan format sejak 1992, kompetisi elite Eropa tersebut terasa dikerdilkan, terutama setelah melihat jumlah uang hadiah (*prize money*) yang disediakan, yang memang kebanyakan diambil dari hak siar. Mari berhitung. Hak siar terbaru Bundesliga Jerman berharga €2,5 miliar untuk empat musim atau €628 juta per musim, sedangkan EPL mengumpulkan duit €2,3 miliar semusim dari hak siar. Artinya, pendapatan hak siar per musim Bundesliga hanya kurang 30 persen dari EPL. Untuk liga lainnya, La Liga Spanyol mengumpulkan €755 juta per musim (33 persen dari EPL), sedangkan Serie A mencapai €846 juta per musim (37 persen dari EPL). Jika dihitung lebih terperinci, angka-angka tersebut lebih besar dari uang hadiah yang bisa disediakan UEFA di Liga Champions. Real Madrid, yang sukses merengkuh *La Decima* pada 2014 kemarin, hanya mendapat hadiah sebesar €57,4 juta. Padahal, di Spanyol mereka sukses mendapat €140 juta hanya dari hak siar saja. Ini karena Madrid dan Barcelona memang mendapat perlakuan istimewa di La Liga terkait hak siar.

Gambar 1.7

Perbandingan Prize Money



Sumber : www.goalindonesia.com diakses pada tanggal 20 juni 2016 pukul 19.40 WIB

SCTV dan Indosiar merupakan salah satu media televisi nasional yang tidak mau ketinggalan untuk menampilkan tayangan yang bersifat langsung yaitu *Barclays Premier League* (Liga Inggris). Liga Inggris merupakan acara unggulan dari stasiun televisi swasta ini dalam menarik perhatian pemirsanya yang gila bola. Dimana jam tayang dari pertandingan langsung liga ini pada pukul 7 malam hari hingga sampai pukul 2 dini hari, jadwal tanding biasanya akhir pekan yaitu sabtu dan minggu.

Liga inggris memang sudah memiliki basis penggemar diseluruh penjuru Indonesia, oleh karena itu sangatlah mudah untuk menemukan fans atau pecinta klub liga inggris di negara ini. Berawal pada periode tahun 2002/2003 liga inggris bukanlah tontonan yang diminati masyarakat Indonesia kala itu dikarenakan pada saat itu penikmat tayangan sepakbola tanah air lebih menyukai liga italia dengan tim andalan saat itu yaitu Juventus, AC Milan, Lazio, Inter Milan dll. Liga italia saat itu sangat diminati dikarenakan pada saat itu liga italia ditayangkan oleh stasiun TV besar seperti SCTV dan Indosiar dengan jam tayang yang cukup sering, Liga inggris pada saat itu hanya ditayangkan oleh stasiun TV TVRI dimana sangatlah sedikit masyarakat kota khususnya yang tertarik untuk menonton siaran dari channel TVRI. Barulah pada tahun berikutnya yaitu periode 2003/2004 TV7 (sekarang Trans7) membeli hak siar liga inggris dan membuat liga inggris sebagai program andalan mereka dengan menayangkan 7-8 pertandingan setiap minggunya yang membuat secara tidak langsung penonton sepakbola tanah air menyaksikan dan mengenal liga inggris. Ditengah sedang menajak siaran program Liga Inggris yang membuat seluruh pecinta bola tanah air mulai menyukai klub-klub yang berasal dari Inggris beserta permainan yang disajikannya, dikarenakan meningkatnya nilai jual hak siar oleh karena mulai meningkatnya penggemar dan lakunya tayangan Liga Inggris didunia membuat tidak banyak stasiun TV lokal yang sanggup membayar seluruh hak siar pertandingan selama 1 musim dan berdampak pada minimnya siaran Liga Inggris di TV lokal, meskipun begitu tetap banyak para penggemarnya yang berusaha untuk menonton siaran ini sehingga muncul fenomena nonton bareng itu sendiri di beberapa daerah di seluruh Indonesia.

Liga Inggris sendiri memiliki 20 klub yang bertanding di kompetisi teratas yang disebut Premier League, dimana setiap minggu yaitu pada hari sabtu dan minggu ke 20 klub tersebut bertanding dan menjadikan 10 matches setiap minggunya atau total 380 siaran setiap musimnya. Namun siaran langsung Liga Primer Inggris yang lengkap hanya bisa disaksikan melalui televisi berbayar. Jika sebelumnya penggemar sepakbola Indonesia begitu dimanjakan, mulai 2013 tontonan surga sepakbola mulai terbatas. Maka rekan-rekan sehoobi dan setanah air yang sudah terlanjur jatuh cinta dengan Liga Inggris, harus berlangganan televisi berbayar jika masih ingin menonton laga yang berkelas, tidak sekedar pertandingan medioker.

Berdasarkan data tersebut maka tidak heran mengapa siaran Liga Inggris di TV lokal begitu sedikit jam penayangannya yaitu karena melonjaknya nilai hak siar yang membuat tidak semua stasiun TV lokal mampu membeli hak siar tersebut, namun masih banyak solusi bagi para pecinta klub inggris yang ingin menyaksikan klub kesayangan mereka bermain yaitu melalui live streaming di internet dimana banyak website-website penyedia layanan streaming walaupun bersifat ilegal karena tidak memiliki hak untuk menayangkan siaran maupun cuplikan pertandingan liga inggris. Nyaman, belum tentu dikarenakan harus juga dipengaruhi oleh koneksi internet yang cepat karena kalau tidak maka yang terjadi selain kualitas gambar yang rendah tentu tayangan tersebut akan berhenti – berhenti.

Dan solusi terakhir bagi para penggemar Liga Inggris adalah nonton bareng. Fenomena nonton bareng sendiri sudah ada sejak beberapa tahun terakhir, dimana yang menjadi keunikannya adalah nonton bareng tidak lagi menggambarkan oleh karena adanya *event* besar saja seperti piala dunia, piala eropa, ajang bulutangkis Thomas & Uber Cup/All England, SEA Games dll tetapi dipertandingan olahraga biasa pun khususnya pertandingan liga inggris yang ditayangkan di TV lokal maupun berbayar setiap minggunya sudah cukup membuat banyak peminat maupun pecinta sepakbola inggris untuk hadir dalam *event* nobar, bahkan sudah ada yang menganggap bahwa nobar adalah sebuah rutinitas di akhir pekan. Memang fenomena nobar sendiri secara tidak langsung

hadir dikarenakan minimnya tayangan program Liga Inggris di TV lokal, andai TV lokal terus menayangkan siaran Liga Inggris secara full setiap minggunya pasti para penikmatnya tentu tidak perlu repot-repot datang ke acara nobar yang biasanya diselenggarakan di beberapa *café* di kota Bandung maupun di stadion dan fenomena nobar sendiri tidak akan sebesar sekarang ini. Nonton bareng menjadi solusi karena akan selalu ada basis suporter yang mengadakan *event* seperti ini di setiap kota dan minggunya. Jika anda ingin nonton bareng yang tentunya dengan suasana ramai dan seru tentu bagi para penggemar bisa mencari tahu informasi melalui sosial media maupun dari media televisi dimana dan kapan diadakannya nonton bareng. Dari 20 klub kontestan Liga Inggris, tentu tidak semua klub yang memiliki basis fans yang besar, berikut adalah informasi akun twitter fans club yang cukup besar di kota Bandung, silakan berburu di @UtdIndonesiaBDG untuk suporter Manchester United dengan 30.6K *followers*, @AIS_BDG untuk suporter Arsenal dengan 18.5K *followers*, @BIGREDS_Bandung untuk suporter Liverpool dengan 15.3K *followers*, @CISCbandung untuk suporter Chelsea dengan 19K *followers*, dan @MCI_RegBandung untuk suporter Manchester City dengan *followers* 2.3K.

Sekilas dapat terlihat dari *followers* twitter bahwa begitu banyak fans klub MU di kota Bandung, belum lagi ditambah dari fans page Facebook MU di Indonesia yang menyentuh angka 3 juta *Like*. Tentu jika dijelaskan secara rinci mungkin saya tak akan pernah bisa, dikarenakan histori atau sejarah mengenai suporter dan klub MU itu sendiri sudah ada sejak lama sekali. Di Indonesia sendiri terdapat 3 basis komunitas fans besar pecinta klub MU, saya masih tidak tahu kenapa tidak disatukan saja (konon karena perbedaan visi misi antar pemimpin basis) tapi ke 3 komunitas itu adalah United Army (komunitas suporter resmi yang diakui di website resmi MU) berdiri 7 Agustus 2009 di Jakarta diketuai oleh Arie Haryanto dan memiliki 37 cabang lokal di masing-masing daerah di Indonesia, lalu ada IndoManUtd yang berdiri tanggal 13 Maret 2000 dikarenakan *euphoria treble winner* ditahun sebelumnya dan didirikan oleh Samuel Rismana dan sudah memiliki 17 cabang lokal di seluruh Indonesia, dan yang terakhir adalah UnitedIndonesia yang berdiri tanggal 20 Agustus 2006 dan sudah memiliki

chapter atau cabang lokal di beberapa kota besar termasuk Bandung. Biasanya untuk menjadi member dari komunitas MU selama 1 musim anggota wajib membayar 150k yang tentunya akan mendapatkan bonus kaset kompilasi pertandingan musim sebelumnya, *scarf*, dan kaos komunitas fans MU.

Acara nonton bareng sendiri sering diadakan oleh ke-3 basis fans tersebut melalui cabang-cabang lokal di beberapa daerah dimana setiap nobar dikenakan biaya 12k/15k bagi yang member/nonmember. Biasanya pihak pengurus akan mencari tempat untuk diadakannya nonton bareng dan sesegera mungkin di *broadcast* melalui media sosial, animo suporter MU khususnya dikota Bandung cukuplah besar bahkan sebagian rela berdiri apabila tidak mendapatkan tempat duduk. Tidak sedikit juga orang yang membuat nonton bareng sebagai rutinitas apalagi jika *big match* dan tidak ditayangkan di TV lokal tentu sudah menjadi hukumnya untuk datang nobar bersama komunitas fans MU Bandung. Layaknya menyaksikan langsung di Old Trafford suasana nobar sangatlah mirip dengan suasana di stadion, beberapa *chants* dikumandangkan sepanjang pertandingan dan keseruan lainnya yang tidak didapat jika menonton sendiri. Tidak sampai disitu sebagian suporter United Bandung juga rela mengadakan nobar ditengah pekan walau terkadang dimulai pukul 03.00 WIB dan merekapun mendapat julukan *Dark Night Army (DNA)*. Dari data yang peneliti dapat dari nasasumber yang kebetulan sebagai pengurus kelompok komunitas terdapat sekitar kurang lebih 4.000 member semenjak berdirinya komunitas ini 7 tahun yang lalu dan rata-rata member yang hadir dalam acara nobar yang diadakan panitia suporter khusus area Bandung biasanya berkisar 50-100 member atau bahkan lebih tergantung pertandingan yang ditayangkan. Disinipun saya tertarik untuk melihat wujud ekspresi dan pola perilaku fans MU dikota Bandung saat melakukan nobar program acara liga Inggris di TV berbayar.

Merujuk pada data dan uraian diatas, maka penelitian akan berusaha mengkaji lebih dalam pengaruh siaran pertandingan liga Inggris di TV berbayar terhadap motivasi, ekspresi dan dampak yang dirangkum dalam perilaku suporter saat menghadiri kegiatan nonton bareng yang diadakan di *café*/stadion bagi para suporter klub Manchester United regional Bandung yang menjadi basis fans klub

inggris terbesar di kota Bandung berdasarkan jumlah *followers* di Twitter. Dengan ini penulis mengambil judul penelitian “**Pengaruh Program Siaran Liga Inggris di TV berbayar terhadap perilaku nonton bareng di Kota Bandung (Studi pada komunitas suporter Manchester United Bandung)**”.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dituliskan diatas, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana program siaran Liga Inggris di TV berbayar bagi fans MU di kota Bandung?
2. Bagaimana perilaku fans MU Bandung saat *event* nonton bareng siaran Liga Inggris di TV berbayar?
3. Seberapa besar pengaruh program siaran Liga Inggris di TV berbayar terhadap perilaku fans MU Bandung dalam *event* nonton bareng?

1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui program siaran Liga Inggris di TV berbayar bagi fans MU di kota Bandung.
2. Mengetahui bagaimana perilaku fans MU Bandung saat *event* nonton bareng siaran Liga Inggris di TV berbayar.
3. Mengetahui Seberapa besar pengaruh program siaran Liga Inggris di TV berbayar terhadap perilaku fans MU Bandung dalam *event* nonton bareng.

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun secara khusus manfaat yang diharapkan dapat diperoleh hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan ilmu tentang komunikasi massa khususnya seputar program televisi dan perilaku. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi perbandingan bagi peneliti lain untuk penelitian yang lebih luas serta mendalam.

2. Aspek Praktis :

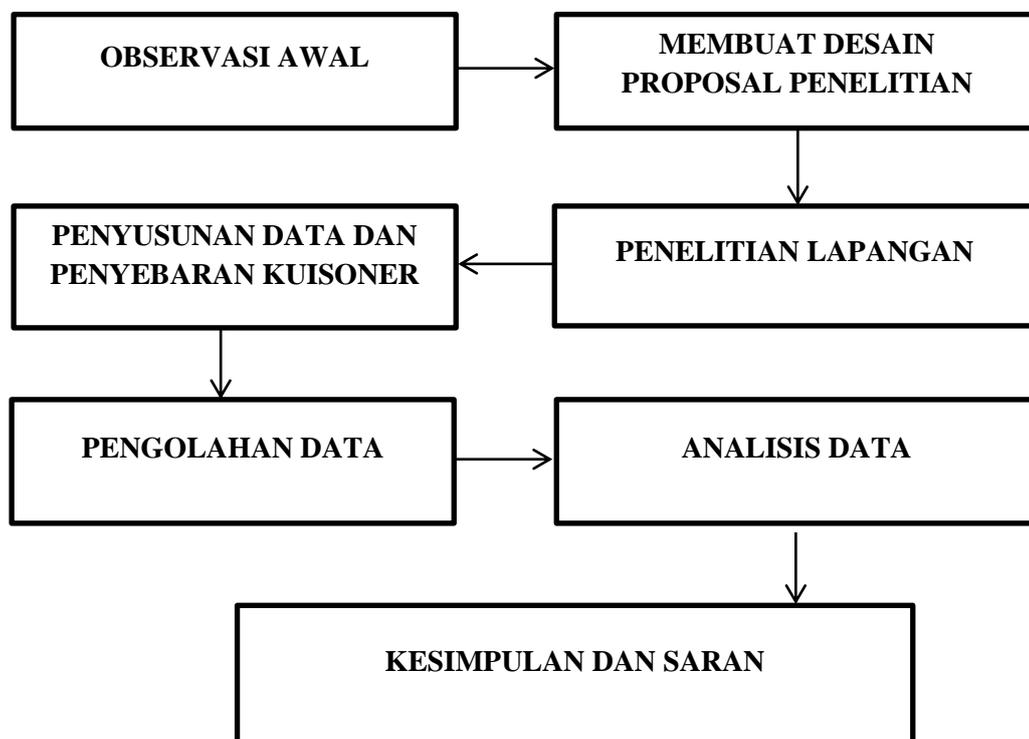
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran serta informasi bagi pihak jasa layanan TV dan EO (*Event Organizer*) acara nonton bareng dalam mengetahui cara praktis menarik penonton untuk datang dan hadir dalam menonton suatu program tayangan.

1.4 Tahapan Penelitian

Tahapan - tahapan penelitian memberi arah bagi peneliti agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah serta memberi panduan tentang bagaimana metode berpikir yang harus dimiliki oleh peneliti pada saat melakukan penelitian (Suharsaputra,2012:24).

Tahapan penelitian merupakan pedoman tahapan dari setiap langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selama penelitian berlangsung. Tahapan penelitian tersebut akan disampaikan dengan tabel sebagai berikut,

Gambar 1.8 Tahapan Penelitian



Sumber : Olahan peneliti 2016

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Bandung, Jawa Barat Indonesia dengan unit analisis yang dituju adalah kelompok suporter Manchester United Bandung. Periode pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan September 2015 – Desember 2015.

Tabel 1.1
Lokasi dan Waktu Penelitian

No.	Tahapan Kegiatan	Tahun 2015			
		September	Oktober	November	Desember
1.	Mencari dan menentukan topik penelitian, mengumpulkan referensi yang mendukung topik penelitian.				
2.	Mencari data awal terkait topik penelitian beserta teori yang akan mendukung penelitian.				
3.	Menyusun Proposal skripsi berupa bab 1 – 3.				

(bersambung)

(sambungan)

4.	Mengumpulkan data melalui kuisoner kepada responden yang merupakan supporter dari MU di Bandung.				
5.	Menganalisis data yang telah dikumpulkan melalui kuisoner.				
6.	Menyusun hasil penelitian berupa kesimpulan/saran.				

Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2015