

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olah raga khususnya Sepakbola kini tengah memasuki ranah industri berlabel korporasi-komersialisasi. Dalam salah satu konsekuensinya adalah mengikuti kemauan serta beradaptasi dengan pasar. Club liga Italia seri-A AC Milan kini tak ubahnya sebuah perusahaan besar yang memungkinkan adanya perombakan bahkan revolusi di manajemennya guna mencapai kesuksesan yang lebih besar lagi. Seiring dengan perkembangan zaman, Milan melakukan banyak perubahan. Salah satu perubahan-perubahan mendasar yang dilakukan Milan adalah dengan rebranding atau refresh logo.

Umumnya, selain bertujuan untuk menjadi lebih baik lagi, sebuah perusahaan memiliki makna filosofis dalam hal yang melatarbelakangi rebranding atau refresh logo tersebut. Demikian juga dengan Milan, refresh-refresh logo yang dilakukan Milan lebih kepada faktor historis-visioner. Maksudnya, dalam menjalani musim-musim baik di liga domestik maupun mancanegara Milan sebagaimana klub sepak bola pada umumnya mengalami dinamika serta fluktuatif gelar. Terkadang naik, kemudian turun bahkan sempat mengalami masa transisi (kasus calciopoli). Sehingga untuk memacu skuad mencapai puncak prestasi "Dream Team", maka Milan melakukan semacam stimulus dengan melihat sejarah kejayaan masa keemasan Milan sebelum-sebelumnya sehingga dapat melahirkan gelar-gelar baru.

Salah satu hal termudah untuk memvisualisasi tujuan tersebut adalah dengan membuat 'icon' berupa penyegaran lambang utama (refresh logo). Adalah kombinasi-kombinasi logo-logo sebelumnya dengan beberapa hal yang merupakan karakteristik Milan itu sendiri.

Bersangkutan dengan apa yang diuraikan diatas penulis ingin membagi sejarah AC Milan dan awal mula terbentuknya Milanisti Indonesia . AC Milan adalah salah satu club terbesar di Italy, berdiri pada 16 desember 1899. Dan memegang piala champion eropa terbanyak dengan 7 kali juara. ac milan telah banyak mengganti logo, ini bertujuan untuk menjadikan milan lebih baik lagi ini dikarenakan nilai history-visioner. Karena Milan terus ingin menjalani musim-musim yang lebih baik di liga domestic ataupun internasional, sebagaimana club-club lain akan mengalami dinamika dan flukutif gelar terkadang naik dan turun .

milanisti Indonesia adalah media atau tempat wadah interaksi tempat para pecinta sepak bola liga Seri A Italy , AC Milan. Ide terbentuknya komunitas ini dari diskusi interaksi pecinta il diavolo rosso di mailing list pada awal 2003. Semenjak saat itu Milanisti Indonesia telah banyak meresmikan fans club yang tersebar ke berbagai daerah, tidak kurang dari 68 sezione diseluruh Indonesia yang resmi.

Dengan prinsip lebih besar dari kekeluargaan dan lebih dekat dari sahabat, banyak sekali milanisti diberbagai daerah yang muncul salah satunya di Malang. Milanisti Indonesia sezione malang disebut dengan milanisti sezione malang yang berdiri pada tanggal 21 mei 2009.

Dampak perubahan logo club tentunya tidak hanya berpengaruh kepada sebuah club sepak bola, namun juga berdampak pada sikap penerimaan fans club yang bersangkutan. Dalam hal ini AC Milan adalah salah satu club terbesar di Italy yang juga pernah mengalami perubahan logo, yang pada akhirnya menimbulkan perbedaan sikap diantara fans club milanisti. Seiring dengan perkembangannya, setelah terjadinya perubahan logo hingga saat ini, diketahui bahwa prestasi yang diraih AC Milan mengalami kemerosotan membuat manajemen club mengambil kebijakan di tahun ini untuk merubah logo club kembali pada masa awalnya. Kebijakan inilah yang menjadi persoalan diantara fans club Milanisti. Menurut Prof.Dr.Mar'at dalam bukunya "sikap manusia, perubahan dan pengukurannya". Mengutip pendapat Hovland, Janis dan kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru akan ada tiga variabel yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Oleh karenanya, penulis tertarik untuk mengulas tentang sikap penerimaan fans terkait perubahan logo club AC Milan yang selalu menjadi pro dan kontra di Milanisti Malang.

Dengan adanya fenomena diatas kususnya milanisti sezione malang akan adafans yang pro dan konrta dengan refres logo atau perubahan-perubahan logo pada jersy AC Milan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan fans milanisti Indonesia sezione malang tentang perubahan logo yang terus terjadi di jersy ac Milan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerimaan fans milanisti Indonesia tentang perubahan logo yang menjadi pro dan kontra di milanisti sezione Malang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan fans milanisti Indonesia tentang perubahan logo yang menjadi pro dan kontra di milanisti sezione Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini , peneliti ingin memberikan tambahan referensi, dan manfaat bagi semua kalangan. Khususnya bagi instansi yang bersangkutan . adapun manfaat tersebut sebagai berikut :

1. Manfaat secara akademis
 - a) Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat akademis khususnya mengenai penerimaan fans sepak bola pada club yang digemari.
 - b) Sebagai referensi terhadap para peneliti untuk mengetahui tentang penerimaan fans club terkait perubahan logo club.
2. Manfaat secara praktis
 - a) Secara praktis , hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk para peneliti khususnya tentang penerimaan fans terkait perubahan logo club.

b) Sebagai sarana dan berbagi informasi untuk siapa saja yang ingin mengetahui milanisti Indonesia sezione Malang.

