

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia, didalamnya mencakup penyampaian informasi, pembentukan opini, dan pengaruh terhadap perilaku orang lain (Zara, 2022). Seiring perkembangan zaman, media komunikasi mengalami evolusi pesat, mulai dari penemuan mesin cetak oleh Gutenberg di abad ke-17 (Pangaribuan, 2019), telepon oleh Alexander Graham Bell di abad ke-19, hingga radio dan televisi sebagai cikal bakal media komunikasi massa (Jenkins, 2019). Kini, di era digital, komunikasi massa telah bergeser ke ranah digital dengan lahirnya *new media* yang mencakup media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform streaming, menjadikan internet sebagai tulang punggung komunikasi modern (Watie, 2016).

Indonesia, dengan jumlah penduduk 281.603.900 jiwa (BPS, 2024) dan total luas 5.180.053 km persegi, merupakan negara keempat terbesar di dunia dalam penggunaan media sosial dengan sekitar 167 juta pengguna (World Population Review, 2024). Di antara berbagai platform *new media* yang ada, YouTube menjadi media nomor satu dengan 143 juta pengguna aktif per Januari 2025 (DataReportal, 2025). Platform berbasis video ini memungkinkan penggunanya mengunggah, menonton, berbagi konten, serta berinteraksi melalui fitur *like*, *comment*, *share*, dan *subscribe*. Konten olahraga di YouTube menempati urutan ke-3 sebagai konten paling diminati masyarakat Indonesia, hanya dibawah musik dan film (APJII, 2020).

JMTV, kanal YouTube milik Jebreet Media dengan sekitar 1 juta pelanggan dan lebih dari 5.500 video (JebreetMedia., 2025), menjadi salah satu saluran olahraga terbesar di Indonesia. Dikutip dari (Statista, 2024) sepak bola sendiri merupakan olahraga paling digemari di dunia dengan lebih dari 3,5 miliar penggemar global . Menurut (Ipsos, 2022) Indonesia

bahkan tercatat sebagai negara dengan penggemar sepak bola terbesar di dunia, mencapai 69% dari populasi, dan mayoritas mengikuti liga-liga top Eropa . UEFA Champions League (UCL) menjadi salah satu kompetisi yang paling ditunggu, terlihat dari maraknya acara *nonton bareng* di seluruh penjuru Indonesia (BBC Sport, 2024).

Pada edisi UCL 2024/2025, UEFA selaku penyelenggara secara resmi memperkenalkan format baru yang menggantikan sistem grup menjadi fase liga dengan 36 tim peserta perubahan terbesar dalam lebih dari dua dekade (UEFA, 2024). Format baru ini menggunakan *swiss system* di mana setiap tim mendapatkan delapan lawan dari empat pot berbeda, tanpa langsung tereliminasi saat bertemu tim unggulan. Namun, perubahan besar ini menimbulkan berbagai reaksi dari publik, media, dan pemain aktif; sebagian menyambut positif, sementara lainnya menilai perubahan ini justru mengurangi keadilan kompetisi sekaligus membebani jadwal (BBC Sport, 2024).

Dalam perkembangan sepak bola modern, penonton tidak lagi sekadar menikmati pertandingan, melainkan menjadi bagian penting dalam menjaga eksistensi olahraga ini. Penonton turut menentukan nilai hak siar, daya tarik sponsor, hingga popularitas suatu kompetisi (Yiapanas, 2023). Kekuatan penonton bahkan terbukti mampu menggagalkan rencana pembentukan *European Super League* pada 2021, ketika gelombang protes dari berbagai suporter memaksa beberapa klub besar mundur dari rencana tersebut (Brannagan, 2022). Hal ini membuktikan bahwa audiens sepak bola adalah khalayak aktif yang memiliki pengaruh nyata terhadap arah perkembangan industri.

Kelompok "La Carte" merupakan kelompok remaja yang sangat aktif dengan kegiatan sepak bola, mulai dari bermain sepak bola mini, futsal, *video games* bertema sepak bola (FC 24, FC 25, PES), hingga rutin mengadakan *nonton bareng* laga-laga sepak bola lokal maupun internasional. Diskusi seputar sepak bola meliputi review pertandingan, transfer pemain,

hingga peraturan terbaru menjadi keseharian kelompok beranggotakan 10 orang remaja ini.

Kontroversi format baru UCL pun menjadi salah satu topik hangat yang diperbincangkan di dalam kelompok ini.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji resepsi audiens terhadap perubahan format kompetisi olahraga. (Wibowo, 2022) menemukan bahwa komunitas sepak bola menunjukkan posisi dominan, negosiasi, dan oposisi terhadap wacana *European Super League*, dengan loyalitas klub sebagai faktor penentu utama. (Prasetyo, 2023) dalam kajian perubahan format Liga 1 Indonesia menemukan bahwa pengalaman menonton dan kepercayaan terhadap federasi sangat mempengaruhi pemaknaan suporter. (Kurniawan, 2021) menunjukkan bahwa perubahan format turnamen di masa pandemi menghasilkan posisi dominan pada sebagian besar penonton yang melihatnya sebagai langkah realistis. Sementara (Ramadhan, 2023) dan (Lestari, 2022) pada ranah e-sports dan bulutangkis juga menemukan hal serupa, bahwa pemahaman teknis dan pengalaman khalayak sangat menentukan posisi resepsi mereka. Penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada kompetisi domestik atau non-sepak bola, sehingga kajian terhadap format baru UCL sebagai kebijakan jangka panjang kompetisi Eropa masih terbatas.

Kelompok "La Carte" dapat dipahami sebagai representasi penonton aktif dalam kerangka teori resepsi Stuart Hall, di mana audiens tidak sekadar menerima pesan melainkan mengolah dan memberikan makna berdasarkan latar belakang serta pengalaman mereka. Melalui kegiatan *nonton bareng*, diskusi, dan konsumsi konten YouTube seperti segmen DPI di JMTV, kelompok ini menunjukkan proses *decoding* yang aktif dan kontekstual terhadap informasi olahraga yang mereka terima. Memahami bagaimana kelompok seperti "La Carte" memaknai perubahan format UCL menjadi penting untuk melihat sejauh mana kebijakan UEFA dikomunikasikan dan diterima oleh penonton muda Indonesia.

Penelitian ini berupaya mengisi celah kajian yang ada dengan menganalisis resepsi kelompok "La Carte" terhadap konten YouTube JMTV berjudul "CHAMPIONS LEAGUE FORMAT BARU, RONALDO DAN BUFFON YANG JELASKAN." Konten yang menampilkan diskusi para pundit berpengalaman ini menjadi medium yang relevan untuk diteliti, mengingat YouTube kini menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda Indonesia dalam mengikuti perkembangan sepak bola Eropa. Dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang bagaimana efektivitas sosialisasi kebijakan UEFA di kalangan penggemar muda Indonesia, serta kontribusi platform digital dalam membentuk opini dan pemahaman publik terhadap perubahan besar dalam dunia sepak bola.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemaknaan audiens terhadap wacana format baru UEFA Champions League (UCL) edisi 2024/2025, khususnya yang mencakup empat aspek utama yakni:

1. perubahan kuantitas dan kualitas laga dalam sistem fase liga.
2. transformasi standar kompetisi dari format grup ke swiss model.
3. peran pelatih dan kedalaman skuad dalam menghadapi kepadatan jadwal.
4. keadilan sistem pengundian berbasis koefisien POT.

Pemaknaan tersebut dikaji melalui konten YouTube pada kanal JMTV berjudul "*Champions League Format Baru, Ronaldo dan Buffon yang Jelaskan*" sebagai teks media yang menjadi media utama dalam proses decoding yang dilakukan audiens. Subjek penelitian adalah kelompok "La Carte" yakni komunitas penggemar sepak bola remaja berusia 18–25 tahun yang memiliki keterlibatan tinggi terhadap sepak bola baik sebagai penonton aktif, pemain futsal, maupun konsumen konten digital sehingga merepresentasikan segmen audiens muda yang

melek terhadap media dan memiliki literasi sepak bola yang memadai untuk menegosiasikan pesan secara kritis. Pemaknaan ini tidak berlangsung secara individual, melainkan dalam konteks konsumsi media secara kolektif, di mana kebiasaan nonton bareng dan diskusi kelompok menjadi ruang sosial yang turut membentuk proses decoding setiap anggotanya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji posisi resepsi individual dominan, negosiasi, atau oposisi namun juga memperhatikan bagaimana faktor klub kesayangan, pengalaman menonton, dan dinamika kelompok secara bersama-sama mempengaruhi cara audiens muda Indonesia memaknai kebijakan struktural dalam industri sepak bola Eropa.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat diambil rumusan masalah yaitu “Bagaimana resepsi kelompok “La Carte” pada konten youtube “CHAMPIONS LEAGUE FORMAT BARU, RONALDO DAN BUFFON YANG JELASKAN”.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang ada tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi kelompok “La Carte” pada konten youtube “CHAMPIONS LEAGUE FORMAT BARU, RONALDO DAN BUFFON YANG JELASKAN”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada dinamika komunikasi dalam industri olahraga global dan bagaimana pesan dari konten media digital dikonsumsi oleh penggemar.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai efektivitas sosialisasi kebijakan baru di mata penggemar di Indonesia melalui platform pihak ketiga (YouTube), yang dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan strategi komunikasi publik yang lebih luas.

