



BAB 3

PROSES-PROSES BUDAYA PADA *NOBAR* DI KAFE SEBAGAI FENOMENA BUDAYA POPULER

3.1. Representasi Melalui Strategi Representasi

Dari empat cara strategi representasi yang disarikan dari Hall (dalam du Gay et.al. 1997), akan dilihat representasi dalam kegiatan *nobar* di kafe. Strategi representasi yang digunakan adalah mengembangkan makna-makna baru dari makna-makna yang sudah ada sebelumnya yang disebut dengan “rantai makna” (“*the chain of meaning*”), menghubungkannya dengan wacana yang berbeda, mencari perbedaan dan persamaan dengan objek-objek lain dan dihubungkan dengan tema kunci pada kebudayaan masa kini. Sebagai praktik-praktik pengkonstruksian makna melalui tanda dan bahasa strategi ini bekerja dengan membandingkan makna menonton pertandingan dan menonton bersama yang telah ada sebelumnya. Seperti yang disebut pada pendahuluan, bahwa pada awalnya pertandingan sepakbola ditonton oleh sekumpulan orang (*crowd*) di stadion atau lapangan tempat pertandingan berlangsung. Ketika teknologi pertelevisian berkembang, pertandingan bisa disaksikan di rumah melalui layar

televisi tanpa harus datang ke stadion. Penonton jenis pertama biasa disebut penonton aktif dan yang kedua disebut penonton pasif.

Penonton yang menyaksikan pertandingan melalui kegiatan *nobar* di kafe sebenarnya adalah orang yang sama dengan penonton stadion dan penonton televisi, sama-sama penonton sepakbola. Tempat atau *space* bukanlah satu-satunya yang membedakan *nobar* di kafe dengan kegiatan menonton di tempat lain. Ada persiapan, serta interaksi dan aksi yang akan dibahas pada bab ini.

3.1.1. Representasi Penonton *Nobar* dalam Persiapan

Sebelum pergi untuk *nobar* juga melakukan persiapan seperti halnya penonton di tempat lain. Penonton *nobar* mirip dengan orang yang hendak bersantai di kafe. Hal yang membedakan penonton *nobar* dengan pengunjung kafe biasa adalah penonton *nobar* mencari tahu jadwal pertandingan dan kafe yang menyelenggarakan pertandingan. Teknologi informasi masa sekarang memungkinkan penonton untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan *nobar*. Internet merupakan media yang paling banyak diandalkan. Informasi tentang kegiatan *nobar* biasanya ada di forum-forum *online* terutama forum pendukung klub tertentu. Para anggota forum selain memberikan keterangan tempat dan waktu *nobar* juga menawarkan bantuan jika ada anggota yang ingin pergi bersama. Selain dari forum *online*, informasi juga bisa didapat dari jejaring sosial seperti Facebook atau Twitter¹⁶. Pada perhelatan Piala Dunia 2010 yang lalu, hampir semua kafe di Jakarta mengadakan acara *nobar*. Penonton hanya perlu memilih pertandingan yang diinginkan sesuai jadwal dan kemudian memilih kafe yang diinginkan. Di Jakarta beberapa kafe rutin mengadakan acara *nobar* seperti MU Café & Bar, Rick's Café, Score! serta sejumlah kafe di kawasan Kemang dan Jalan Jaksa. Selain dari informasi di media tersebut, kafe-kafe penyelenggara *nobar* juga biasa memasang spanduk atau pengumuman yang menyebutkan bahwa

¹⁶ Informasi mengenai acara *nobar* melalui Twitter biasanya disebar oleh pihak kafe yang menyelenggarakan dan “menitip” pengumuman di akun informasi seperti @infojakarta atau @infosuporter karena akun-akun tersebut memiliki jumlah pengikut atau *followers* yang sangat banyak sehingga jangkauan informasi kepada calon penonton lebih luas.

di kafe tersebut diadakan *nobar*. Contoh pengumuman yang dipasang salah satunya ada di gambar berikut:



Gambar 3.1. Contoh Spanduk Pengumuman di Salah Satu Kafe di La Piazza

Beberapa penonton mengaku bahwa mereka tidak memiliki persiapan khusus untuk pergi *nobar*. Namun rata-rata mengakui akan mempersiapkan kostum khusus saat pergi *nobar*, seperti yang diungkapkan oleh Diaz (mahasiswa 20) dan Dio (mahasiswa, 23) yang memiliki jawaban yang mirip ketika ditanya persiapan menjelang pergi *nobar*.

“Paling kaos *doang*, ada lah” (Dio)

“*Gak* ada sih, paling pakai *jersey*¹⁷ kesebelasan. Itu juga kalau ada.” (Diaz)

Kaus atau *jersey* kesebelasan merupakan atribut yang umum dipakai pada saat *nobar*. Penonton yang memakai atribut biasanya ingin menunjukkan tim mana yang didukung. Kaus juga biasa dipakai oleh penonton stadion sebagai penanda tim mana yang didukung. Persiapan seperti ini tampak sepele tapi merupakan pembeda antara pengunjung kafe biasa dengan penonton *nobar*, terutama jika mereka datang bersama-sama. Pemandangan ini mirip dengan penonton stadion yang datang bergerombol dengan memakai kaus yang sama. Penonton perempuan seperti Inez (*account executive*, 24) juga mengaku,

“Saya pakai juga sih kaos bola kalau punya. Kalau *gak* punya, ya tetap pergi juga. *Gak* maksain harus punya. Biasanya pacar saya *tuh* suka belain nyari kemana gitu. Dia sih emang suka bola. Yang penting mandi sama dandan.”

¹⁷ *Jersey* merupakan istilah yang mengacu pada replika atau tiruan kaus yang dipakai oleh pemain olahraga pada saat bertanding. Istilah ini tidak hanya berlaku pada kaus sepakbola tetapi juga basket, bisbol, atau rugby. *Jersey* biasa dipakai penonton untuk menunjukkan dukungannya.

Penonton seperti Inez merupakan penonton *nobar* yang datang hanya untuk mencari kesenangan. Jika dilihat dari jenis kelamin tidak semua penonton perempuan seperti Inez. Ada juga penonton yang datang memang sebagai suporter seperti Gia (*fresh graduate*, 21)

“Pakai kaos bola *dong*. Karena saya suka Arsenal ya pakai kaos Arsenal. Pokoknya yang ada lambang *Gunners deh*. Kalau tim, saya punya Inggris sama Spanyol karena memang suka.”

Kaus yang dipakai oleh penonton *nobar* selain menunjukkan kelompok suporter, juga menunjukkan tanda lain. Ada penonton yang datang dengan kaus yang sama setiap kali *nobar*, dan ada pula yang datang dengan replika kaus terbaru karena setiap kaus yang dipakai berbeda tiap musim dan tiap liga yang diikuti. Kebanyakan penonton mengatakan bahwa mereka tidak harus memiliki replika yang paling mendekati asli atau yang asli sekalipun. Namun penonton *nobar* biasanya memakai kaus dengan kualitas yang baik. Salah satu penonton, Andry (pegawai swasta, 32), mengakui bahwa ia mencari replika kaus tim nasional Belanda hingga ke Bandung karena mengetahui bahwa di Bandung ada toko yang khusus menjual pernak-pernik sepakbola dengan kualitas yang baik.

“Sepupu saya bilang di Bandung ada toko namanya *Vilour*. Katanya *sih* yang bikin kaos buat tim-tim liga Indonesia. Ada juga yang *KW* paling bagus. Di Jakarta *udah* susah nyarinya. *udah* pada *abis*. Yang ada yang jelek yang dua puluh ribuan. *Gak* enak pakainya, *butek* lagi. Saya titip sepupu saya, dapat yang *KW* bagus, tiga ratus ribuan, hampir segitulah.”

Replika kaus kesebelasan yang beredar di Indonesia memang beragam, tergantung kualitas dan harganya. Selama observasi saya tidak pernah melihat replika kaus yang paling murah yang dipakai oleh penonton.¹⁸ Selain replika kaus, penonton *nobar* juga datang dengan kaus atau kaus berkerah yang berlambang tim yang

¹⁸ Replika kaus termurah biasanya dijumpai di toko-toko yang menjual baju-baju murah yang biasa dibandrol dengan harga di bawah Rp. 50.000. Replika jenis ini juga sering ditemui di pedagang kaki lima yang dijual bersama replika kaus tim nasional Indonesia dan klub-klub lokal dengan kualitas yang sama. Replika kaus dengan kualitas yang baik biasanya dijual di toko-toko yang khusus menjual pernak-pernik olahraga dan sepakbola. Di toko seperti ini juga biasanya tersedia berbagai replika dengan bermacam kualitas, bahkan ada yang menjual replika asli seperti yang dipakai oleh pemain. Replika asli juga biasanya dijual melalui internet dengan harga rata-rata di atas Rp. 400.000. Untuk tim-tim yang disponsori oleh merk-merk olahraga besar, seperti Adidas, Nike atau Lotto, replika kaus dengan kualitas baik juga dijual di toko-toko tersebut.

didukung. Kaus seperti ini berbeda dengan replika yang mirip dengan yang dipakai oleh para pemain. Dio bahkan mengakui bahwa replika kaus ia pakai justru pada saat bermain bola. Untuk *nobar* ia lebih suka memakai kaus atau kaus berkerah dengan lambang tim atau gambar pemain. Tommy (akuntan, 29), seorang pendukung Liverpool mengaku bahwa ia memiliki beberapa replika kaus Liverpool dan tim nasional Inggris dengan kualitas baik. Tommy juga mengaku bahwa ia memiliki satu replika asli Liverpool yang ditanda-tangani oleh Ian Rush.¹⁹

“Biasanya sih beli di Adidas soalnya sponsornya ya. Kadang suka *nitip* sama teman yang kebetulan lagi ke Inggris atau beli di internet. Yang sering dipakai nonton ya itu. Kalau yang kaus biasa *gak* punya. *Kayak om-om ah.*”

Selain kaus, atribut yang sering dipakai adalah syal tim. Syal ini biasanya dipakai di leher dan dibentangkan di atas kepala pada saat pertandingan berlangsung. Penonton yang datang dengan syal ini biasanya merupakan pendukung fanatik kesebelasan yang bertanding. Penonton biasa tidak memakai atribut ini. Melalui kostum yang dipakai pada saat menonton pertandingan, penonton tidak hanya menunjukkan identitasnya sebagai pendukung tim tertentu tetapi juga menunjukkan kelasnya melalui pilihan jenis atribut yang dipakai. Secara umum, penonton *nobar* di kafe memilih kaus yang berkualitas baik, bahkan ada yang sengaja mencari kaus asli sebuah tim. Kaus jenis ini lebih mahal selain karena kualitas kaus itu sendiri juga karena nilai otentitas yang mendekati kaus yang dipakai oleh pemain sepakbola itu sendiri. Penonton *nobar* di kafe identik dengan kaus jenis ini dan sesuai dengan citra kafe sebagai tempat yang berkelas. Pada masa pesta olahraga, penjualan replika kaus sepakbola memang meningkat dan permintaan juga meningkat. Meskipun tidak diwajibkan memakai kaus sepakbola, penonton merasa dengan memakai kaus sepakbola, suasana menonton pertandingan bisa dibangun karena hal ini seperti yang dilakukan oleh penonton yang pergi ke stadion.

Penonton *nobar* hampir selalu tidak datang sendiri. Dari semua responden yang saya wawancarai, semua mengaku datang bersama dengan orang lain.

¹⁹ Legenda sepakbola Inggris dan Liverpool FC. Tanda-tangan ia dapatkan dari seorang teman yang pergi langsung ke Inggris.

Kebanyakan dari mereka datang bersama teman-teman yang juga penggemar sepakbola. Hal yang sama terjadi pada penonton stadion yang biasanya datang bersama-sama.²⁰ Datang bersama teman-teman saat *nobar* selain mencerminkan penonton sepakbola pada umumnya juga menunjukkan bahwa pergi *nobar* ke kafe sama dengan berjalan-jalan bersama teman-teman yang biasa dilakukan pada saat santai. *Nobar* di kafe merupakan salah satu bentuk rekreasi yang kerap dilakukan oleh masyarakat perkotaan. Selain datang bersama teman-teman, ada yang datang bersama keluarga, seperti Dio selain datang bersama teman, kadang datang bersama orang tua atau supirnya. Ada juga yang datang bersama istri dan anaknya seperti Adhitya.²¹ Penonton *nobar* yang datang bersama keluarga memang banyak terlihat, ada orang tua yang datang menemani anak kecil yang mendukung kesebelasan tertentu, seperti Nico (pegawai swasta, 42) yang menemani anaknya Richie (siswa, 9).

“Saya sebenarnya *gak* terlalu suka bola. Cuma *nemenin* anak *aja*. Sekalian jalan-jalan sama makan malam juga. *Liat* aja si Richie kalau *udah* nonton bola makannya jadi *time out*.”

Penonton yang datang bersama keluarga menunjukkan bahwa selain penonton sepakbola tidak dibatasi usia tetapi juga merupakan bentuk lain dari rekreasi keluarga. Keluarga kelas menengah di Jakarta lazim dengan kegiatan ke pusat perbelanjaan atau ke kafe pada waktu senggang. Hal ini merupakan bentuk rekreasi mereka pada saat ini karena tempat-tempat seperti ini selain lebih aman juga lebih nyaman. Selain ini tempat-tempat seperti inilah yang paling sering dan mudah dijumpai di kota besar saat ini.²²

²⁰ Penonton stadion di Indonesia biasanya datang bergerombol. Di Jakarta, pendukung Persija atau Jakmania biasa datang dengan menaiki kendaraan umum seperti mikrolet atau metromini yang ditumpangi melebihi kapasitas. Ada juga yang datang dengan menaiki sepeda motor beriringan sambil membawa bendera kesebelasan. Hal ini sering menimbulkan kemacetan lalu lintas, bahkan kerusuhan. Sambil menaiki kendaraan mereka juga sering meneriakkan yel-yel dan membunyikan klakson.

²¹ Dari “Indo Man Utd Gelar ‘Nobar’ di Q-Net Café”

<http://www.tnol.co.id/id/community/activities/6287-indo-man-utd-gelar-nobar-di-qnet-cafe.html>

²² Sejak adanya jalur tol Cipularang yang lebih memudahkan mobilisasi dari Jakarta ke Bandung dan sebaliknya, orang-orang Jakarta juga sering mengunjungi Bandung pada akhir pekan. Hal ini juga mendorong meningkatnya jumlah kafe, restoran dan *factory outlet* di Bandung karena orang Jakarta yang pergi ke Bandung memiliki tujuan yang sama dengan yang mereka lakukan pada masa senggang di Jakarta, yaitu berbelanja dan makan. Dari sini bisa disimpulkan bahwa gaya hidup seperti ini merupakan ciri khas masyarakat kelas menengah Jakarta dalam menghabiskan masa senggang karena kemanapun mereka pergi, mereka melakukan hal yang sama.

Kebanyakan penonton *nobar* datang ke kafe dengan menggunakan kendaraan pribadi. Pertandingan sepakbola yang sering diadakan pada malam hari bahkan dini hari membuat mereka lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi. Selain faktor kepraktisan dan kebiasaan, faktor keamanan juga menjadi pertimbangan. Menggunakan kendaraan umum, termasuk taksi merupakan risiko tinggi untuk keadaan di Jakarta. Bahkan untuk yang memiliki sepeda motor pun mereka mengaku lebih baik menumpang teman yang mempunyai mobil. Pertandingan yang disiarkan di acara *nobar* selalu merupakan pertandingan luar negeri sehingga perbedaan waktu mengharuskan penonton di Indonesia untuk menikmati pertandingan pada malam hari. Pertandingan lokal biasanya diadakan pada sore hari atau tidak terlalu malam sehingga penonton stadion biasa bepergian dengan kendaraan umum. Konsekuensinya, penonton di Indonesia yang ingin menyaksikan pertandingan di luar rumah harus memastikan bahwa mereka memiliki kendaraan untuk menuju tempat *nobar*. Hal ini membuat *nobar* mirip dengan kegiatan keluar malam untuk mencari hiburan. Konsepnya sama, yaitu bersenang-senang pada malam hari dan yang membedakan hanyalah kegiatannya.

Acara *nobar* tidak hanya berlangsung pada akhir pekan karena ada liga yang menyelenggarakan pertandingan pada tengah pekan. Pada masa Piala Dunia, pertandingan tidak hanya berlangsung pada akhir pekan tetapi juga pada tengah pekan, bahkan awal pekan. Untuk ini penonton *nobar* juga harus mengorbankan waktu untuk menyaksikan pertandingan pada masa tersebut. Hampir semua penonton *nobar* berasal dari pekerja dan mahasiswa atau pelajar yang hanya memiliki waktu libur pada akhir pekan. Meskipun demikian banyak penonton *nobar* yang tetap ikut pada tengah pekan. Seperti Ismi (26) yang bekerja di sebuah BUMN.

“Kalau pertandingannya seru pasti dibela-*belain* nonton biarpun bukan *weekend*. Biasanya *abis* kerja istirahat *bentar* di rumah, terus *cabut* ke kafe. Pulang dari kafe biasanya tidur *bentar*. Kerja tetap jalan.”

Untuk mengatasi lelah setelah *nobar*, Ismi mengatakan bahwa ia mengonsumsi vitamin tertentu. Dico (21) yang bekerja di Sudirman dan bertempat tinggal di Jatinegara memilih untuk tidak pulang ke rumah terlebih dahulu. Setelah pulang bekerja, ia langsung ikut *nobar* baru setelahnya pulang ke rumah. Final Piala

Dunia yang lalu juga diadakan pada Senin dini hari. Andry yang bekerja pada sebuah perusahaan piranti lunak tidak berkeberatan jika harus masuk kerja pada pagi harinya. Menonton pertandingan olahraga dikategorikan sebagai kegiatan mengisi waktu luang dan yang mengenal konsep waktu luang adalah orang-orang yang memiliki kegiatan utama di sebagian besar harinya dalam seminggu. Waktu luang juga merupakan kebutuhan bagi masyarakat perkotaan yang biasa hidup dengan tekanan. Tempat-tempat seperti pusat perbelanjaan dan kafe tersebar di dekat pusat kegiatan masyarakat sehingga mereka dengan mudah bisa menjangkaunya di sela-sela waktu bekerja atau belajar. Waktu pertandingan yang pada malam hari dan terkadang tidak pada akhir pekan membuat penonton *nobar* harus memiliki moda untuk menjangkaunya di antara waktu bekerja atau belajar dan waktu istirahat dan pulang ke rumah. Untuk hal ini, kendaraan pribadi merupakan pilihan utama untuk mendukung mobilisasi penonton *nobar*.

Baik penonton stadion maupun penonton *nobar* sama-sama mempersiapkan diri sebelum pergi menonton. Konsep dasarnya adalah kedua jenis penonton ini pergi ke luar rumah untuk melakukan hal yang disukai, yaitu menonton pertandingan sepakbola. Seleksi tempat yang dilakukan sebelum menonton pertandingan menunjukkan akses terhadap informasi yang dimiliki oleh penonton *nobar*. Akses tidak hanya berbentuk informasi dari media tertentu tetapi juga dari relasi dan koneksi yang dimiliki oleh penonton *nobar*. Informasi, terutama soal lokasi lebih beragam daripada penonton stadion apalagi penonton televisi. Pilihan tempat menonton yang beragam dan preferensi tempat tertentu menunjukkan fleksibilitas dan variasi pilihan yang dimiliki oleh penonton *nobar*. Preferensi biasanya disesuaikan dengan akses menuju tempat *nobar*, pilihan *crowd* atau penonton, serta kondisi keuangan.

Atribut yang dipakai untuk menonton juga sama dengan penonton stadion dengan tujuan yang sama yaitu untuk menunjukkan tim mana yang didukung. Pilihan replika kaus dan atribut lain bagi penonton *nobar* lebih beragam dengan kemampuan yang lebih besar.

Untuk mendukung mobilisasi penonton, kendaraan pribadi merupakan kebutuhan yang krusial. Dibandingkan penonton stadion dengan pilihan kendaraan yang lebih beragam, penonton *nobar* bergantung pada kendaraan

pribadi terutama kendaraan roda empat. Selain dengan pertimbangan kemudahan, pertimbangan keamanan karena acara yang diadakan pada malam hari juga menjadi faktor utama penggunaan kendaraan pribadi. Penggunaan kendaraan roda empat juga berhubungan dengan teman yang pergi bersama untuk *nobar*. kebanyakan penonton *nobar* datang bersama teman-teman yang juga menyukai sepakbola, baik suporter dari tim yang sama maupun tim lawan. Datang bersama teman-teman suporter ini juga sering terjadi pada penonton stadion. Penonton yang tergabung dalam kelompok suporter tertentu juga biasanya datang dengan memakai atribut yang sama. Selain itu ada pula penonton yang datang bersama anggota keluarganya, termasuk anak-anak. Hal seperti ini jarang terjadi pada penonton stadion di Indonesia. Reputasi penonton stadion sebagai biang kerusuhan membuat banyak orang merasa tidak aman membawa anggota keluarga terutama perempuan dan anak-anak. *Nobar* merupakan alternatif menyaksikan pertandingan sepakbola dengan tingkat keamanan yang jauh lebih tinggi daripada menyaksikan pertandingan di stadion.

Jadwal pertandingan yang bentrok dengan jadwal istirahat serta kegiatan pada pagi hari ternyata bukan masalah besar bagi penonton *nobar*. Untuk pertandingan-pertandingan yang dinantikan, penonton rela mengorbankan waktu istirahat untuk pergi menonton di luar rumah. Konsep waktu luang dan kesenangan yang harus beradu dengan waktu istirahat dan pekerjaan tampak kabur karena kegiatan untuk mengisi waktu luang dilakukan pada masa istirahat yang bisa “mengancam” waktu bekerja atau belajar yang menjadi kewajiban bagi para penonton *nobar* ini.

3.1.2. Representasi Penonton *Nobar* dalam Interaksi dan Aksi

Penonton stadion dianggap sebagai penonton yang aktif dalam artian penonton yang datang menyaksikan langsung pertandingan sepakbola dapat terlibat dengan aksi-aksi selama pertandingan. Penonton stadion bisa berteriak menyemangati dan memaki tim yang sedang bertanding dan bisa didengar oleh pemain dan orang-orang lain yang ada di stadion. penonton stadion bahkan bisa turun ke lapangan. Penonton televisi disebut sebagai penonton yang pasif karena

emosi yang dibangun tidak bisa sampai ke pertandingan secara langsung. Bale (1998) membagi tiga pandangan penonton sepakbola, yaitu (1) yang menyaksikan secara langsung di stadion; (2) yang menyaksikan di televisi; dan (3) yang dimainkan secara konseptual (dan geografis) antara stadion dan rumah. Ia mencontohkan lapangan dan alun-alun di Eropa yang memasang layar berukuran besar dan ditonton banyak orang.²³

Penonton *nobar* termasuk dalam golongan yang ketiga. Jika Gaffney dan Bale menyebut penonton televisi merupakan konsumen yang lebih privat²⁴, hal inilah yang dijauhi oleh penonton *nobar*. Penonton *nobar* yang saya tanyai semuanya menjawab bahwa keunggulan *nobar* adalah bisa merasakan suasana stadion dalam skala kecil.

“Lebih seru, lebih *rame*, bisa kenalan sama orang baru juga. Jadi *tukeran* informasi soal tim yang lagi main.” (Diaz)

“Bisa *sing it out loud*. Kayak sekarang ini. Kalau di sini kan mau teriak bebas, semua orang juga teriak.” (Gunawan, penulis, 33)

“Nonton di rumah ngantuk *sih*. Kalau di kafe kan jadi *melek* jadi *gak* berasa. Berasanya kayak di stadion *beneran*.” (Gia)

“Crowd-nya itu pasti” (Dio)

Penonton *nobar* mencari keramaian saat menonton pertandingan yang tidak bisa didapatkan ketika menonton televisi di rumah. Meskipun sama-sama penonton pasif, penonton *nobar* setidaknya bisa berlaku seperti penonton stadion dalam menyemangati tim yang sedang bertanding. Penonton *nobar* yang paham dan merupakan pendukung tim yang sedang bertanding hafal dengan *chant* atau yel-yel bagi tim yang didukung. *Chant* ini sama dengan *chant* yang dinyanyikan oleh penonton stadion. Berdasarkan observasi saya, penonton yang hafal dengan *chant* tim tertentu merupakan kelompok suporter tim yang sedang bertanding.

“Liverpudlian²⁵ pasti hafal *deh* sama “You’ll Never Walk Alone”²⁶. Kalau sampai *gak* hafal wah *kebangetan*. Pokoknya kalau *udah* mulai main, mulai tuh nge-*chant* itu.” (Tommy)

²³ Dalam Brown (ed.), *Fanatics!: Power, Identity and Fandom in Football*. Hal. 275.

²⁴ Dalam Schirato, *Understanding Sport Culture*. Hal. 120.

²⁵ Sebutan bagi penduduk kota Liverpool di Inggris yang selanjutnya berkembang menjadi sebutan untuk pendukung klub Liverpool FC.

Chant biasanya hanya dinyanyikan pada saat pertandingan antar klub karena setiap klub memiliki *chant* khusus. Untuk pertandingan antar negara, penonton *nobar* tidak menyanyikan *chant* khusus, biasanya hanya tepuk tangan dan teriakan-teriakan pemberi semangat.

Selain *chant* dan teriakan pemberi semangat, penonton *nobar* juga meledek tim lawan, seperti “Aduh, *diving*²⁷ jelas-jelas *banget* tuh. Dasar pada jago *diving* semua.” Atau “Sepatu *aja* dibagusin, nendang begitu”. Meskipun demikian selama observasi tidak pernah terjadi pertengkaran baik pada saat pertandingan maupun setelah pertandingan berakhir. Hal ini juga diakui oleh Dio.

“*Gak* ada sih berantem. Kata-kataan *doang*. [...] paling muka-muka *stress* karena kalah taruhan sih”

Penonton tetap tertib, baik penonton yang duduk maupun yang berdiri. Pertengkaran hingga kerusuhan sering dikaitkan dengan penonton stadion. Hal ini yang membuat penonton meragukan keamanan stadion. Penonton stadion justru menghindari kenyamanan karena disebut menghalangi keaktifan penonton. Sebaliknya penonton *nobar* merasakan kenyamanan dengan suasana ramai yang mirip stadion seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2. Ramai tapi santai di Rolling Stone Café (sumber: www.rollingstone.co.id)

²⁶ Lagu yang diciptakan untuk mengenang peristiwa rubuhnya stadion Hillsborough pada tahun 1989 yang memakan korban puluhan pendukung Liverpool.

²⁷ Istilah untuk aksi sengaja menjatuhkan diri oleh seorang pemain agar tim lawan diberi hukuman. Hal ini merupakan pelanggaran dalam pertandingan.

Untuk kenyamanan dan keramaian tersebut penonton *nobar* harus membayar lebih daripada penonton stadion apalagi penonton televisi.²⁸ Ada kafe yang memberlakukan *cover charge* atau biaya masuk dan ada yang tidak tetapi penonton harus membayar minuman dan makanan di kafe. Harga biaya masuk bervariasi, bahkan untuk satu kafe yang sama. Untuk pertandingan besar biasanya penonton harus membayar lebih mahal. Pada Piala Dunia yang lalu, MU Café & Bar memasang harga Rp. 65.000 untuk pertandingan biasa dan Rp. 100.000 untuk pertandingan final. Di La Porchetta penonton tidak diwajibkan membayar biaya masuk tetapi harus memesan makanan dan minuman dalam jumlah tertentu. Pada pertandingan besar juga penonton harus membuat reservasi karena kapasitas kafe yang tidak besar.

Penonton *nobar* biasanya memesan minuman, baik minuman ringan maupun minuman beralkohol. Untuk hal ini, penonton *nobar* sama dengan pengunjung kafe biasa yang duduk sambil menikmati makanan dan minuman. Rasa dan harga makanan dan minuman tidak menjadi pertimbangan utama penonton *nobar* dalam memilih kafe.

“Saya sih yang penting suasana. Rasa makanan perasaan dimana-mana sama *aja*. Standar lah.” (Gia)

“Wah, kalau *udah* nonton bola *sih*, mana kepikiran makanannya enak apa *gak*. Yang penting nontonnya enak apa *gak*.” (Tommy)

“*Nobar* kan nyari suasana mbak, makanan *sih* selama *gak* parah-parah amat ya *gak* masalah” (Andry)

Penonton tidak menjadikan makanan dan minuman yang dijual di kafe sebagai pertimbangan utama karena penonton yang datang pada dasarnya mencari kemeriahan dalam menonton pertandingan. Kenyamanan kafe dan suasana merupakan hal yang lebih penting. Makanan dan minuman yang pada hari biasa merupakan andalan sebuah kafe menjadi tersingkirkan pada saat *nobar* berlangsung. Kafe sebagai tempat orang menikmati makanan dan minuman berganti menjadi stadion mini tempat orang mencari kesenangan saat menonton

²⁸ Sebagai pembanding, harga tiket masuk stadion Gelora Bung Karno bervariasi, tergantung tempat duduk. Tempat yang paling nyaman dengan posisi mata di tengah lapangan dijual sekitar Rp. 100.000 dan untuk posisi lainnya berkisar antara Rp. 15.000 hingga Rp. 25.000. Selain itu, penonton juga memiliki kesempatan untuk masuk tanpa harus membayar dengan berbagai cara.

pertandingan sepakbola. Harga makanan dan minuman juga tidak menjadi masalah bagi pengunjung kafe karena para penonton merupakan orang-orang yang sanggup menjangkaunya. Sementara itu, “harga yang mahal” di kafe merupakan hal yang umum dari sebuah kafe sehingga tempat ini lantas identik dengan gaya hidup kelas menengah.

Meskipun mencari keramaian, penonton *nobar* cenderung hanya bergabung dengan orang-orang yang ia kenal. Interaksi dengan kelompok lain hanya terjadi saat memberi semangat atau merespon pertandingan saja. Penonton yang mendukung tim yang sama tampak menyatu ketika memberi semangat pada tim yang didukung namun interaksi terjadi hanya sebatas itu. Penonton tidak berbasa-basi panjang dengan orang yang baru ia temui.²⁹ Pada saat pertandingan berlangsung semua perhatian tertuju pada layar. Pada masa istirahat pun penonton lebih memilih untuk menikmati makanan dan minuman, ke kamar kecil atau sekedar membahas pertandingan dengan orang yang datang bersamanya.



Gambar 3.3. Penonton yang menyaksikan pertandingan bersama teman-teman di D’Nanta

“Paling *ngobrol* sama anak-anak aja. Kalau lagi nonton bola mana sempat *ngobrol* mbak.” (Tommy)

“Kalau sama orang baru paling nanya jam berapa hehehe. Ya, yang *gak* penting-penting. Nanya namanya aja *gak*. Baru mbak *nih* yang *ngajakin ngobrol*.” (Inez)

²⁹ Hal ini juga menjadi kendala saya dalam melakukan wawancara acak karena sulit berbincang cukup panjang dengan penonton ketika pertandingan berlangsung. Wawancara acak hanya bisa dilakukan pada saat istirahat atau sebelum pertandingan.

Meskipun penonton sepakbola terlihat seperti bersatu saat menonton pertandingan tetapi mereka seperti halnya pengunjung kafe biasa cenderung hanya berkumpul dengan orang-orang yang dikenal. Atribut yang sama tidak lantas membuat orang-orang menjadi berbaur. Interaksi dengan orang asing hanya terjadi jika diperlukan. Kebersamaan hanya terjadi pada saat terjadi gol atau pada saat berteriak menanggapi pertandingan. Penonton di stadion merupakan penonton yang disatukan oleh keterikatan. Para pendukung tim Jerman di stadion merupakan orang-orang Jerman sendiri sehingga mereka bisa disatukan dengan semangat dan teriakan yang sama. Sementara penonton *nobar* di kafe merupakan orang-orang di luar negara yang bertanding dan sebagian besar tidak memiliki keterikatan dengan negara yang bertanding yang kemudian menyukai sebuah tim sepakbola dari sebuah negara. Penonton lalu menjadi serupa penonton sebuah konser yang menyaksikan idola yang sedang tampil. Maka pada saat negara-negara ini bertanding, penonton *nobar* tidak meneriakkan semangat yang sama meskipun mendukung tim yang sama. Maka selain suasana kafe yang cenderung lebih privat, ketidakadaan ikatan dengan sesama penonton kecuali dukungan terhadap tim yang sama membuat penonton *nobar* di kafe tidak lantas menjadi berbaur dengan pengunjung lainnya.

3.1.3. Representasi Kafe sebagai Lokasi *Nobar*

Kafe merupakan tempat yang cocok untuk mengadakan acara *nobar* karena atmosfer yang lebih santai sehingga pengunjung bisa berlama-lama di kafe seperti halnya pada hari-hari biasa. Dibandingkan dengan restoran yang lebih menekankan pada kegiatan makan dan minum serta bukan merupakan tempat yang bisa dijadikan tempat untuk bersantai lama karena harus berganti dengan pengunjung lain. Pengunjung kafe lebih bebas berada di kafe dalam jangka waktu yang cukup lama dengan menikmati makanan dan minuman yang lebih ringan. Pada Piala Dunia, banyak pusat perbelanjaan yang mengadakan acara *nobar* seperti Cilindak Town Square dan La Piazza yang diadakan di lokasi umum pusat perbelanjaan tersebut sehingga pengunjung tidak perlu membayar apapun untuk menyaksikan pertandingan. Di tempat seperti ini pengunjung tidak santai seperti

di kafe karena harus berdesakan, bahkan harus berdiri dan tidak adanya makanan dan minuman yang dijual. Contoh *nobar* di pusat perbelanjaan dapat dilihat di dua gambar berikut:



Gambar 3.4. dan 3.5. Suasana *nobar* di pusat perbelanjaan La Piazza

Kafe yang ingin menyelenggarakan acara *nobar* pada Piala Dunia juga tidak bisa semerta-merta mengadakannya karena ada aturan yang berlaku untuk menyelenggarakan *nobar*. Di Indonesia, hak siar pertandingan Piala Dunia dipegang oleh Electronic City Entertainment (ECE). Pihak kafe yang ingin menyelenggarakan *nobar* harus menghubungi mitra kerjasama ECE, yaitu Tabloid *Bola* untuk mendapatkan izin mengadakan *nobar*. Pihak kafe harus membayar biaya antara Rp. 3 juta hingga Rp. 10 juta sesuai dengan kapasitas kafe. Hal ini juga berlaku bagi hotel yang ingin mengadakan *nobar*.³⁰ Seperti sebuah komoditas, kafe tempat *nobar* berlangsung harus berbandan untuk menarik penonton. Beberapa kafe yang tidak mengusung konsep *sport café*³¹ pada hari-hari biasa bisa berubah pada saat *nobar* berlangsung. D' Nanta di Jalan Panglima Polim, misalnya pada saat Piala Dunia berlangsung, kafe ini memasang layar besar di sudut kafe. Layar ini menyiarkan pertandingan-pertandingan secara langsung. Layar menghadap ke arah tempat duduk pengunjung kafe sehingga penonton bisa menyaksikan sambil bersantai dan menikmati makanan. Layar besar seperti ini umum dipasang di banyak kafe pada *nobar*. Dengan memanfaatkan teknologi proyektor LCD, pertandingan yang biasanya disaksikan

³⁰ Dari "Nobar Piala Dunia di 1000 Kafe" <http://bataviase.co.id/detailberita-10513922.html> diakses tanggal 11 Oktober 2010.

³¹ Istilah untuk kafe dengan konsep olahraga yang suasananya dibangun dengan semangat olahraga terutama dari desain kafe. Kafe seperti ini biasanya menyiarkan pertandingan-pertandingan olahraga secara rutin sehingga sering dikunjungi oleh penggemar olahraga.

hanya melalui layar televisi yang tidak seberapa besar ukurannya terlihat lebih jelas dan menjangkau pandangan mata yang lebih luas.



Gambar 3.6. Layar besar yang dipasang pada acara *nobar* di D’Nanta

Hal inilah yang menjadikan *nobar* di kafe berbeda dari menonton pertandingan di televisi biasa di rumah serta pemanfaatan sistem suara yang besar. Pemanfaatan teknologi seperti ini selain untuk menjangkau audio dan visual penonton, juga untuk menghadirkan suasana riuh dan megah seperti menonton di stadion. Selain menggunakan layar besar, ada juga beberapa kafe yang memakai televisi datar berukuran besar yang ditaruh di beberapa sudut kafe, contohnya di La Porchetta, Kelapa Gading atau di beberapa kafe di Jalan Jaksa. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan ukuran kafe yang tidak terlalu besar dan tidak ada ruang yang kosong untuk menaruh layar besar.

Pada saat *nobar* berlangsung kafe juga dihiasi dengan pernak-pernik bernuansa sepakbola sesuai dengan acara yang sedang berlangsung. Pada Piala Dunia, kafe biasanya dihiasi dengan bendera-bendera negara yang menjadi peserta Piala Dunia, poster pemain dan replika trofi Piala Dunia itu sendiri. Selain bendera dan poster, pada *nobar* biasanya pada kafe diletakkan beberapa buah bola untuk memperkuat kesan sepakbola. Hiasan seperti ini dipasang untuk membangun atmosfer sepakbola. Biasanya semakin banyak hiasan yang dipajang pada saat *nobar*, semakin besar dan meriah pertandingan yang berlangsung. Kafe yang menyelenggarakan acara *nobar* biasanya memasang spanduk atau pengumuman di muka kafe yang menandakan bahwa pengunjung bisa menonton pertandingan di kafe tersebut. Pada musim Piala Dunia, kafe biasanya

mengadakan *nobar* untuk setiap pertandingan mulai dari babak penyisihan hingga babak final.

Pramusaji-pramusaji kafe menyesuaikan diri dengan acara pada saat *nobar* berlangsung. Mereka pada umumnya memakai replika kaus atau pakaian yang bernuansa sepakbola. Kostum seringkali disesuaikan dengan tim-tim yang bertanding. Selain memakai pakaian yang bertema sepakbola, para pramusaji dan karyawan kafe berdandan seperti suporter sepakbola dengan memakai riasan di wajah, baik yang berbentuk bendera maupun yang sekedar garis-garis berwarna di wajah. Dandan karyawan-karyawan kafe seperti ini berfungsi sama dengan pernak-pernik yang menghiasi kafe pada saat berlangsung. Selain itu, pada saat pertandingan berlangsung, seringkali mereka bertindak seperti suporter dengan ikut berteriak bersama penonton atau meniupkan peluit untuk membangun keriuhan.

Untuk pertandingan-pertandingan besar, selain menonton pertandingan sepakbola, ada beberapa kafe yang mengadakan kuis dan permainan hadiah untuk penonton. Kegiatan seperti ini diadakan pada masa istirahat pergantian babak dan setelah pertandingan berakhir. Ada pula kafe yang menyelenggarakan pertunjukan musik dan tari yang biasanya diadakan sebelum pertandingan dimulai. Kegiatan seperti ini biasanya disponsori oleh sebuah produk. Maka pada saat *nobar* berlangsung, bukan hanya pihak kafe yang mencari keuntungan tetapi juga pihak yang menjadikan momen acara besar seperti Piala Dunia untuk menarik pengunjung sebagai konsumen. Pada dasarnya, saat *nobar* berlangsung, kafe dibuat lebih meriah dan berusaha menjadikan kafe seperti stadion mini untuk membangun suasana riuh khas stadion. Suasana “*rame*” seperti inilah yang dicari penonton dan kemudian dijual oleh kafe penyelenggara *nobar*. Kemeriahan yang tidak bisa didapatkan ketika menonton melalui televisi di rumah. Jika Baffney dan Bale menyebut menonton pertandingan melalui televisi sebagai “*postmodern stadium*”³², maka *nobar* pun bisa disebut sama namun dengan kemeriahan yang lebih besar dibandingkan menonton di rumah. Untuk *nobar* di kafe, selain menyediakan kemeriahan juga memberikan kenyamanan dan keamanan yang lebih daripada menonton di stadion.

³² Dalam Schirato, hal. 111.

Pada saat *nobar* berlangsung, kafe yang tenang berubah menjadi tiruan stadion dengan didandani dengan semangat sepakbola dan peran penonton yang juga ikut membangun suasana seperti stadion. Ciri kafe sebagai tempat makan dan minum juga berubah karena kedua hal itu tidak menjadi pertimbangan utama pengunjung kafe pada saat *nobar*. Suasana adalah segalanya. Piala Dunia dimanfaatkan oleh kafe sebagai alat untuk menarik pengunjung lebih banyak daripada hari biasa dengan penawaran-penawaran khusus yang hanya berlaku pada saat *nobar*. Pertimbangan jumlah penggemar sepakbola yang banyak di Indonesia dan meningkatnya penggemar dadakan yang ikut larut dalam suasana Piala Dunia merupakan hal yang mendorong kafe-kafe menyelenggarakan kegiatan *nobar*. Pertandingan yang disiarkan hanya pertandingan sepakbola luar negeri karena menyesuaikan dengan pengunjung kafe yang kebanyakan merupakan kelas menengah yang lebih menyukai sepakbola luar negeri. Meskipun sepakbola luar negeri disukai oleh banyak orang Indonesia dari segala lapisan masyarakat, kelas menengah lebih memilih sepakbola luar negeri. Hal ini bukan hanya berhubungan dengan prestasi sepakbola luar negeri yang lebih baik daripada sepakbola lokal, tetapi juga dengan kecenderungan kelas ini mengonsumsi sesuatu yang berasal dari luar negeri yang berkaitan dengan konsumsi nilai prestise.

3.2. Identitas Penonton *Nobar*

Dalam sirkuit budaya, formasi-formasi sosial yang ada dalam suatu artefak budaya tidak berdiri sendiri tetapi bersifat dialogis. Dari representasi yang telah dikupas di atas terbentuklah identitas para penonton *nobar*. Pada fase persiapan sebelum *nobar* dan interaksi di kafe, penonton telah membentuk identitasnya sendiri sebagai penonton dan konsumen. Gilles dan Middleton (1999) mengungkapkan bahwa “*Identities are formed through classification systems that define social groups in terms of similarities and differences*”³³ Sistem klasifikasi yang saya gunakan adalah dengan membagi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan karena sistem ini adalah yang paling mudah dilacak dan didapatkan dari

³³ Judy Gilles dan Tim Middleton, *Studying Culture: A Practical Introduction*, hal. 53.

penonton. Selain itu, jenis klasifikasi ini juga yang paling berhubungan dengan praktik konsumsi.

Kebanyakan penonton *nobar* memang laki-laki sebagaimana wacana yang berlaku umum bahwa penggemar sepakbola adalah laki-laki karena olahraga ini pada awalnya dimainkan hanya oleh laki-laki. Penonton laki-laki hampir selalu datang bersama teman-teman yang laki-laki pula dan hampir selalu juga sama-sama menyukai sepakbola. Biasanya mereka bergerombol dengan sesama teman dan sesekali terlibat percakapan kecil dengan penonton lain. Penonton laki-laki juga lebih agresif. Hal ini terlihat dari cara mereka menyerukan *chant*, bersorak, bertepuk tangan dan memaki. Penonton perempuan biasanya datang bersama teman laki-laki juga. Saya tidak menemukan penonton perempuan yang datang bersama teman perempuan tanpa ada teman laki-laki. Meskipun ikut bersorak dan bertepuk tangan, penonton perempuan tidak seagresif penonton laki-laki.

“Yang pasti sih saya ikutan teriak. Seru kalau *udah* gitu. Apalagi kalau suporternya banyak. Tapi *gak* sampai loncat-loncat lah. *Abis* teriak *aja* suara kita kalah sama suara cowok-cowok. Mereka *sih* bisa sampai mukul-mukul meja. Kita sih *nontonin* aja.” (Gia)

Dari pernyataan di atas, agresifitas penonton laki-laki yang lebih besar selain disebabkan oleh stereotipe penggemar sepakbola yang kebanyakan laki-laki, juga karena jumlah mereka yang lebih besar.

Penonton *nobar* yang datang rata-rata berusia sekitar 20 hingga 30 tahun. Meskipun ada penonton anak-anak dan penonton usia matang³⁴ penonton muda memang mendominasi kafe. Penonton muda biasanya memiliki gairah terhadap sesuatu yang lebih besar. Penonton sepakbola muda juga lebih agresif dalam mendukung tim yang bertanding. Selain karena energi yang lebih besar, jumlah mereka yang mendominasi tempat menonton membuat *crowd* anak-anak muda ini terlihat lebih menonjol. Penggemar olahraga memang tidak mengenal usia, tetapi untuk penonton *nobar* di kafe pada malam hari, mereka biasanya memiliki waktu dan tenaga untuk pergi menonton di luar rumah. Penonton muda juga dikenal dengan kebiasaan mereka pergi bersama-sama dengan teman sebaya. Untuk penonton anak-anak mereka pasti datang ditemani oleh orang dewasa, kebanyakan

³⁴ Penonton anak-anak hampir selalu laki-laki dan penonton usia matang adalah penonton berusia di atas 35 tahun.

oleh orang tuanya. Orang tua yang membawa anaknya juga sering mengajak serta pasangannya dan biasanya merupakan keluarga muda. Penonton berusia matang selain datang bersama anggota keluarganya juga datang bersama teman-teman sebayanya. Seperti halnya penonton anak-anak mereka juga tidak segaesif penonton muda. Penonton usia matang biasanya lebih santai dengan duduk sambil menikmati makanan dan minuman., hanya sesekali mereka bersorak dan bertepuk tangan selama pertandingan berlangsung.

Untuk klasifikasi pekerjaan, rata-rata penonton yang datang merupakan mahasiswa dan pekerja kantor. Baik penonton mahasiswa maupun penonton pekerja memiliki waktu luang pada akhir pekan, namun mereka juga tidak berkeberatan jika harus *nobar* pada pertandingan tengah pekan.

“Biasanya kalau harus nonton hari Kamis atau Rabu *gitu* saya mau-mau aja *nginep* di tempat teman, berangkat kerja dari tempat dia. Kalau pertandingan bagus *emang* harus dibela-belain *sih*.” (Randa, pegawai swasta, 28)

Penonton mahasiswa dan pekerja yang mendominasi juga merupakan kelompok penonton muda dan laki-laki yang menguasai tempat *nobar*. Hal ini bisa terlihat melalui observasi dan untuk mengetahui pekerjaan penonton bisa ditanyakan melalui wawancara sekilas. Penonton muda dan laki-laki merupakan stereotipe penggemar sepakbola pada umumnya. Hal tersebut berlaku tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. Untuk kegiatan *nobar* di kafe, penonton muda dan laki-laki merupakan kelompok yang biasa bepergian pada malam hari dan bergerombol. Berdasarkan pekerjaan, kelompok mahasiswa dan pekerja merupakan kelompok yang memiliki akses finansial yang memungkinkan untuk ikut *nobar*. Pekerja yang biasa *nobar* adalah pekerja dengan tingkatan jabatan yang mengharuskan pekerja tersebut setidaknya memiliki gelar sarjana dengan gaji yang bisa dialokasikan untuk bersenang-senang paling tidak sekali dalam sepekan. Bersenang-senang yang dimaksud adalah pergi ke tempat-tempat yang harus mengeluarkan uang untuk menikmati sesuatu. Di kota besar, tempat-tempat seperti ini identik dengan *mall* atau kafe. Untuk pekerja yang belum menikah biasanya alokasi dana untuk menghabiskan waktu luang lebih fleksibel daripada yang sudah menikah. Pekerja yang sudah menikah terkadang membawa serta

anggota keluarganya dan *nobar* dijadikan ajang semacam piknik bersama keluarga. Keluarga di kota besar pada masa sekarang juga identik dengan berwisata ke *mall* atau kafe. Mahasiswa sebagian besar mendapatkan dana dari orang tua atau walinya. Dana untuk *nobar* pada prinsipnya sama dengan dana bersenang-senang di akhir pekan. Dan seperti pekerja, mahasiswa di kota besar identik dengan *nongkrong* di kafe atau pergi ke *mall*. Mahasiswa yang memiliki kemampuan untuk ini merupakan mahasiswa yang memiliki orang tua dengan kemampuan finansial yang baik yang mampu memberikan uang saku yang bisa digunakan untuk bersenang-senang di tempat seperti itu.

Klasifikasi identitas penonton yang dijabarkan di atas merupakan identitas dengan perspektif yang disebut oleh Gilles dan Middleton sebagai perspektif non-esensial³⁵ yang menggunakan penanda kelompok untuk membandingkan kelompok yang satu dengan kelompok lainnya. Klasifikasi tersebut juga bukan merupakan penanda biologis merupakan penanda sosial yang terkonstruksi. Untuk kasus *nobar* di kafe, identitas penonton juga bisa berubah di luar *nobar*. Pada saat *nobar* di kafe, seseorang bisa menjadi pendukung Belanda yang berteriak dan bernyanyi bersama orang-orang yang berlaku serupa dengannya. Ketika ia selesai *nobar* orang tersebut adalah seorang pekerja yang berangkat kerja setiap pagi pada hari Senin sampai Jumat atau Sabtu, laki-laki yang memiliki keluarga, atau mahasiswa yang hidup dengan tugas-tugas kuliahnya. Bahkan di kafe yang sama, ia bisa menjadi seorang yang tidak terlihat seperti pendukung Belanda ketika sedang bersantai. Pada saat *nobar* ia juga bisa menjadi pendukung tim lain ketika menonton pertandingan yang tidak menyertakan Belanda. Penonton *nobar* di kafe lebih memilih pertandingan luar negeri. Hal ini bukan semata karena jarak dan waktu pertandingan yang berbeda tetapi juga penonton kafe yang identik dengan kelas menengah lebih sering mengidentikan diri dengan ikon-ikon dari luar negeri. Untuk pesta seperti Piala Dunia, tim-tim asal negara di luar Indonesia mendapat dukungan bukan hanya dari warga negara masing-masing tetapi juga dari orang-orang di luar negara, terlebih jika tim tersebut merupakan unggulan. Untuk sementara orang Indonesia bisa menjadi pendukung negara lain. Hal ini pada dasarnya tidak berhubungan dengan nasionalisme penonton tetapi berkaitan

³⁵ *Ibid*, hal. 53

dengan nilai dari sebuah tim yang bisa menarik perhatian orang-orang dari luar negara untuk ikut mendukung. Tim-tim besar seperti Belanda, Jerman, Inggris, Brazil, atau Argentina juga dianggap memiliki nilai lebih karena kebesarannya. Nilai ini juga berpengaruh terhadap jumlah penonton yang menyaksikan pertandingan. Acara *nobar* biasanya lebih ramai jika tim yang bertanding merupakan tim unggulan. Perubahan identitas berdasarkan situasi, waktu dan tempat ini³⁶ hanya bisa diketahui melalui wawancara, baik secara acak maupun mendalam. Observasi semata hanya memperlihatkan identitas penonton sebagai seorang pendukung tim tertentu atau sekedar mengetahui jenis kelamin. Untuk membahas praktik konsumsi, identitas lain penonton *nobar* harus diketahui sebagai acuan untuk memahami proses konsumsi secara lebih mendalam.

3.3. Produksi Budaya dan Konsumsi Budaya dalam *Nobar*

3.3.1. Pemaknaan Produksi dan Konsumsi *Nobar*

Pada tataran ini, proses produksi *nobar* di kafe sebagai fenomena budaya dan praktik konsumsinya tidak lantas meninggalkan bahasan tentang representasi dan identitas yang telah disebutkan sebelumnya. Maka keduanya menjadi proses dalam melacak proses produksi dan konsumsi. Dalam teori konsumsi Baudrillard, objek atau barang komoditas tidak muncul dengan maknanya sendiri tetapi cara barang tersebut digunakan. Masyarakat konsumeris mengonsumsi sesuatu bukan karena kebutuhan atau manfaat dari komoditas tersebut melainkan pada pemaknaan benda tersebut. Untuk kegiatan *nobar* di kafe, penonton *nobar* adalah konsumen yang melakukan praktik konsumsi yang meliputi berbagai hal, yaitu barang dan suasana. Kedua jenis materi ini dikonsumsi dalam satu tindakan pada waktu bersamaan. Konsumsi barang penonton *nobar* dimulai pada saat penonton mencari informasi tentang kegiatan *nobar* itu sendiri. Penonton menggunakan media untuk dapat memilih lokasi menonton yang diinginkan. Informasi tentang kegiatan *nobar* umumnya berisi tim-tim yang bertanding, lokasi, waktu, dan informasi-informasi lainnya. Informasi ini juga bertindak sebagai iklan yang

³⁶ *Ibid*, hal. 53.

mengundang penonton untuk datang ke tempat tersebut. Kebanyakan iklan beredar melalui internet karena pada masa sekarang media itulah yang paling sering diakses penonton. Salah satu contoh iklan *nobar* yang beredar di forum *online* adalah



Gambar 3.7. Contoh iklan yang beredar di forum *online*. (Sumber: forum.detik.com)

Iklan di atas merupakan contoh iklan yang paling sederhana yang hanya memberikan detail lokasi dan waktu acara. Selain itu iklan di atas juga memberikan gambaran penonton yang diajak untuk ikut dalam acara *nobar*. Iklan ditujukan untuk pendukung klub tertentu dengan latar gambar pendukung yang dimaksud untuk memberikan gambaran bahwa acara yang akan berlangsung merupakan acara “khusus” untuk penonton “khusus” pula. Ajakan pada pendukung tim tertentu ini juga banyak beredar, baik melalui forum maupun jejaring sosial. Meskipun tidak ada larangan untuk pendukung tim lain ikut *nobar* namun hal ini sekaligus memberikan gambaran suasana seperti apa yang ada di *nobar* nanti. Contoh iklan tentang acara *nobar* di kafe yang beredar di internet lainnya adalah:

JAKARTA, KOMPAS.com - Setiap hari selama Piala Dunia 2010, Amor Cafe and Lounge, akan gelar acara Nonton Bareng World Cup 2010 dengan berbagai promo makanan dan minuman.

Berikut paket makanan dan minuman yang ditawarkan:

Amor Cafe Promo Package Nobar For 5 Person Only (IDR 75.000,-/Person) - Grilled Sausage + 1 Pitcher Cola Cola - Free 1 Pack Popcorn or 1 Can Cola Cola

Amor Club Promo Happy Hour 07.00 PM - 10.00 PM 2 Draught Beer By pitcher ONLY IDR 200.000 nett Free French Fries/ Calamari/ Chiken Finger/ Fish Finger
Select Item

ALL NIGHT LONG PROMO IDR 1.500.000 nett PROMO 1 Jack Daniels & Evan William
PROMO 2 Chivas Regal & Jose Tequilla
PROMO 3 Black Label & Red Label

Untuk informasi lengkapnya, silakan kamu hubungi:

Sherli (085710296222,021-91696222)
Silvy (021-8333026)

Free entry wearing Soccer Jersey

Just be there and have fun...! :)”

Pada iklan dengan gambar, informasi lebih ditekankan pada suasana yang menjadi daya tarik dengan informasi yang singkat dan padat. Gambar pada iklan di Gambar 3.7. menunjukkan suasana *nobar* yang meriah. Pada iklan di portal berita dan tanpa gambar, pesan lebih bersifat promosi kafe karena menekankan tawaran-tawaran khusus pada saat *nobar* untuk menarik penonton. Pesan dalam iklan tersebut lebih bersifat komersial dan promosi kafe dengan memberikan deskripsi penawaran yang tersedia selama acara berlangsung. Penawaran yang ada juga tidak ada hubungannya dengan sepakbola. Kafe menggunakan ajang *nobar* untuk menarik penonton sebagai konsumen. Selain menarik penonton penawaran dengan “harga khusus” ini juga bisa menarik konsumen selain penonton sepakbola untuk datang pada acara tersebut. Satu-satunya promosi yang

berhubungan dengan sepakbola adalah penawaran gratis masuk dengan mengenakan kaus bola. Iklan pertama lebih bersifat informasi sementara iklan kedua bersifat promosi tetapi keduanya sama-sama menjanjikan suasana yang meriah dan menyenangkan bagi penonton *nobar*. Tanda-tanda dalam iklan-iklan kegiatan *nobar* ini yang menjadi referensi bagi calon penonton/konsumen untuk memilih suasana seperti apa yang diinginkan. Di sinilah proses menarik penonton untuk menonton di kafe dimulai. Preferensi penonton yang beragam membuat promosi dan informasi yang disampaikan juga beragam, baik untuk penonton yang memang ingin menonton pertandingan maupun penonton yang juga mencari suasana yang menyenangkan yang tidak bisa terpuaskan dengan hanya menonton pertandingan saja tetapi juga ingin bersantai sambil makan dan minum. Informasi yang disampaikan merujuk pada penonton jenis pertama dan penonton yang kedua. *Nobar* di kafe bukan lagi monopoli pengertian esensial pendukung sepakbola saja tetapi juga berkembang menjadi arena untuk menghabiskan waktu luang.

Pada fase persiapan, penonton memilih kostum yang akan dikenakan pada saat *nobar*. Pada Piala Dunia 2010 lalu atau acara-acara besar sepakbola lainnya selalu terjadi peningkatan penjualan dan pembelian pernak-pernik yang berhubungan dengan sepakbola. Meskipun pada hari-hari biasa barang-barang seperti ini bisa ditemui, tetapi ada peningkatan permintaan pada acara khusus. Andry, misalnya yang sengaja membeli kaus bernuansa tim nasional Belanda. Kaus bola bukan kebutuhan dan kewajiban dalam mengikuti *nobar* karena penonton bisa masuk tanpa memakai atribut sepakbola. Sebagian dari penonton mengaku bahwa memakai kaus bola saat *nobar* seperti *dresscode* tersendiri untuk kegiatan ini. Singkatnya, tanpa kaus bola seperti tidak sedang menonton pertandingan sepakbola. Kaus bola dan pernak-pernik lainnya memiliki makna sebagai tanda afiliasi seorang penonton dan perasaan seperti sedang menonton pertandingan di stadion sesungguhnya yang dikonsumsi oleh penonton *nobar*. Penonton mengambil makna dari sebuah atribut untuk menyatakan dan membangkitkan suasana tertentu pada saat *nobar* di kafe. Pemilihan pernak-pernik seperti replika kaus dan kaus memperpanjang konsumsi makna bahwa semakin bagus kaus yang dipakai semakin dipandang sebagai supporter sejati tim

tersebut. Kaus yang bagus atau kaus yang asli memiliki nilai yang lebih daripada kaus murah yang dijual di kaki lima. Nilai yang dikonsumsi bukanlah nilai kemampuan finansial seseorang tetapi seberapa besar dukungan orang tersebut terhadap tim yang bertanding. Meskipun kaus yang bagus dekat dengan citra mahal, tetapi nilai esensial sebagai seorang suporter lebih besar. Suporter sejati adalah suporter dengan atribut yang bagus dan kalau bisa asli. Otentisitas kaus menjadi kebanggaan yang dibeli oleh penonton untuk menunjukkan seberapa besar dukungannya terhadap klub. Kaus yang bagus juga memberikan makna lebih serupa logika *fashion* bagi penonton karena barang yang asli dan berkualitas baik lebih dihargai.

Untuk lokasi *nobar* sendiri, pihak kafe berusaha membangun atmosfer pertandingan sepakbola yang meriah dengan memasang layar besar atau menghias kafe dengan pernik-pernik sepakbola. Selain itu, seringkali pihak kafe juga mengadakan kuis berhadiah atau pertunjukan musik untuk memeriahkan suasana. Pemasangan barang-barang seperti ini bertujuan untuk menjual suasana yang seperti di stadion. Nilai kemeriahan dan kemegahan stadion mini ini yang pada umumnya dicari oleh penonton *nobar*. Nilai ini juga yang tidak bisa didapat dengan menonton pertandingan melalui televisi di rumah. Sebagian penonton menyebut bahwa *nobar* di kafe seperti menonton di stadion. Hal yang membedakan dengan menonton di stadion adalah nilai tingkat kenyamanan dan keamanan menonton yang lebih besar daripada di stadion. Penonton *nobar* dapat menyaksikan pertandingan sambil duduk dan makan-minum di tempat yang nyaman. Suasana tetap meriah tetapi keamanan dan kenyamanan terjaga. Konsep kenyamanan merupakan nilai yang pada dasarnya ditawarkan oleh sebuah kafe. Sebagai tempat makan-minum, kafe berbeda dengan pusat jajanan (*food court*) atau warung-warung tenda di pinggir jalan dari segi kenyamanan. Nilai ini juga tetap ada pada acara *nobar* meskipun menonton sepakbola sering diidentikkan dengan ketidaknyamanan. Dalam pemilihan tempat menonton, sebagian penonton mencari tempat yang merupakan basis suporter klub tertentu, sebagian mencari tempat dengan adanya suporter dari kedua tim. Kedua jenis tempat sama-sama menawarkan kemeriahan tetapi penonton *nobar* bisa memilih kemeriahan seperti apa yang dicari. Suasana adalah nilai yang dicari oleh penonton *nobar*, maka

makanan dan minuman yang disajikan di kafe tidak menjadi acuan dalam pemilihan tempat *nobar*. Rasa makanan dan minuman di kafe sejenak tersingkirkan oleh keramaian yang menjadi jualan kafe. Penonton *nobar* (dan penonton pertandingan sepakbola pada umumnya) sering datang bersama-sama. Hal ini berhubungan dengan membangun suasana meriah karena penonton *nobar* tidak datang sendiri lalu mencari teman baru di lokasi *nobar*. Nilai “lebih seru” dari datang bersama-sama ini juga terkait dengan ciri komunal suporter sepakbola di mana saja.

Perasaan “seperti menonton di stadion” yang menjadi nilai utama dari kegiatan *nobar* di kafe merupakan hal yang tidak bisa didapatkan pada saat menonton melalui televisi meskipun penonton tidak bersifat aktif seperti penonton stadion. *Nobar* yang secara konseptual dan geografis merupakan perpaduan antara menyaksikan dan mengalami secara langsung di stadion dan menyaksikan secara langsung di televisi bisa diadakan dimana saja, seperti di lapangan. *Nobar* di kafe memiliki nilai kenyamanan dan keamanan yang lebih meskipun tidak lebih daripada menonton di rumah. Dalam istilah Baudrillard bahwa kebutuhan, keinginan, hasrat dan kesenangan dimaterialisir sebagai objek konsumsi, hal ini juga berlaku pada kegiatan *nobar* di kafe. *Nobar* di kafe sebagai objek konsumsi yang memiliki tanda dan kemudian dimaknai melalui proses bagaimana tanda tersebut dikonsumsi adalah abstraksi dari kebutuhan, keinginan, hasrat, dan kesenangan. Kebutuhan akan suasana seperti menonton di stadion diciptakan dengan menawarkan konsep kemeriahan yang sebelumnya tidak ada. *Nobar* di kafe merupakan perpanjangan dari kebutuhan dan keinginan baru yang terus menerus ada. Penonton yang tidak bisa dan tidak ingin datang ke stadion bisa menyaksikan melalui televisi di rumah, kemudian bisa ikut *nobar* di manapun. Kesenangan penonton merupakan hubungannya dengan dirinya sendiri sementara kegiatan konsumsi dalam acara *nobar* di kafe merupakan tindak kolektif. Fenomena *nobar* di kafe tidak akan menjadi sebuah objek konsumsi jika hanya dikonsumsi secara sendiri. Ia melibatkan sekumpulan orang, yang dalam hal ini penonton, untuk membuatnya ada. Ada beberapa faktor penunjang yang menyebabkan orang memilih menonton pertandingan sepakbola di kafe, antara lain:

1. Mobilisasi penduduk perkotaan antara rumah dan tempat kerja atau berkegiatan sehari-sehari. Rumah dan lingkungan kerja atau belajar merupakan kewajiban bagi seseorang sementara waktu luang adalah pilihan. Di kota besar, dengan kepadatan mobilisasi, waktu menjadi semakin pendek sehingga banyak waktu dihabiskan di jalan. Sempitnya waktu dan banyaknya tuntutan menjadikan orang kota memilih untuk pergi ke tempat yang nyaman untuk melepas lelah. Kafe yang identik dengan kenyamanan merupakan pilihan yang tepat untuk penggemar sepakbola yang ingin menikmati pertandingan dengan nyaman. Selain itu, jadwal pertandingan yang pada umumnya pada malam hari dan terletak di antara jadwal kegiatan dan jadwal pulang ke rumah ikut memengaruhi. Penonton bisa memanfaatkan waktu di antara kedua jadwal tersebut untuk menghindari kemacetan lalu lintas sebelum pulang ke rumah.
2. Untuk mendukung mobilisasi tersebut, maka kendaraan atau transportasi merupakan alat pendukung yang sangat diperlukan. Selain waktu *nobar* yang berada di antara waktu kerja dan waktu istirahat di rumah, jadwal pertandingan yang berbenturan dengan zona waktu antara Indonesia dengan negara-negara lain membuat waktu *nobar* harus menyesuaikan dengan waktu pertandingan disiarkan di Indonesia dan biasanya pada malam hari. Kendaraan pribadi berfungsi untuk menjamin keamanan dan kepraktisan penonton yang harus berada di luar rumah pada jam-jam rawan. Hal yang serupa berlaku bagi orang-orang yang mencari hiburan pada malam hari.
3. Ada suatu masa ketika siaran pertandingan tidak disiarkan oleh stasiun-stasiun televisi di Indonesia dan didominasi oleh stasiun televisi berbayar. Ada pula pertandingan-pertandingan yang tidak disiarkan secara langsung di stasiun televisi di Indonesia namun disiarkan oleh stasiun televisi berbayar sehingga penonton yang tidak memiliki akses harus mencari tempat di luar rumah yang bisa menyiarkan pertandingan tersebut.

Penonton dipersuasi dengan adanya penawaran-penawaran yang mereka tidak dapatkan dari menonton di stadion atau melalui televisi satu persatu seperti kemeriahan, bertemu langsung dengan sesama pendukung tim yang sama,

kenyamanan dan keamanan. Semua unsur tersebut bisa ditemui pada menonton televisi atau menonton di stadion tetapi tidak ditemui dalam satu kegiatan. Bisa dikatakan bahwa *nobar* di kafe memiliki keunggulan gabungan antara menonton televisi dan menonton di stadion.

3.3.2. Klasifikasi dan Diferensiasi Sosial

Gagasan utama praktik konsumsi pada tataran postmodernisme adalah kita bisa menjadi apa saja yang kita inginkan melalui konsumsi. Sifat konsumsi yang kolektif memunculkan sebuah kelompok tertentu yang mengonsumsi barang yang sama. Penonton atau *crowd* sendiri telah memiliki esensi komunal. Hal yang membedakan penonton yang satu dengan penonton yang lain adalah cara mereka mengonsumsi objek yang sama tersebut. Penonton *nobar* di kafe bukanlah orang yang berbeda dengan penonton stadion atau penonton televisi di rumah. Mereka adalah orang yang sama dengan cara konsumsi tayangan sepakbola yang berbeda, dalam artian penonton *nobar* bisa menjadi penonton stadion atau penonton televisi.

Di Indonesia, orang yang *nongkrong* di kafe dianggap memiliki kemampuan finansial yang baik, maka nilai itu juga berlaku pada penonton *nobar*. Dalam satu waktu mereka adalah penonton sepakbola dan pengunjung kafe. Kedua hal ini sebelumnya berkontradiksi karena penonton sepakbola selama ini dianggap sebagai sekumpulan orang yang brutal dan riuh serta sering menimbulkan keributan. Di Jakarta sendiri (dan beberapa kota lain di Indonesia dengan basis massa suporter sepakbola yang kuat), ketika klub lokal sedang bertanding, pengguna jalan dan masyarakat sering cemas dengan keamanan dan ketertiban lalu lintas. Suporter sepakbola sering menimbulkan kemacetan dan keributan, entah itu ketika tim yang didukung menang ataupun kalah. Cerita tentang kebrutalan pendukung sepakbola memang terjadi dimana-mana di seluruh dunia. Hal ini sering dikaitkan dengan posisi para suporter tersebut dalam masyarakat yaitu sebagai warga kelas bawah dan identik dengan anggapan bahwa sepakbola merupakan “olahraga kampung”. Pengunjung kafe sendiri selain dianggap sebagai orang mampu juga merupakan orang yang jauh dari kebrutalan

seperti pada sejarah awal kafe sebagai tempat berkumpulnya para cendekiawan yang berdiskusi dan bekerja sambil menikmati kopi. Kedua hal yang berbenturan ini disatukan dalam sebuah kegiatan. Penonton *nobar* tetap berteriak dan membuat riuh pada saat menyaksikan pertandingan namun mereka lebih tertib daripada penonton stadion.

Karakteristik kafe yang “berkelas” dan nyaman membuat penonton yang datang menyesuaikan diri, mulai dari cara berpakaian hingga cara bersikap. Penonton merasa wajib mencitrakan dirinya sebagai penonton *nobar* dengan memakai atribut bernuansa sepakbola dan berlaku seperti suporter sepakbola dengan membangun kemeriahan melalui *chant* dan teriakan dan pada saat bersamaan menjadi pengunjung kafe yang tertib dan tidak menimbulkan pertengkaran. Penonton juga harus menuruti aturan di kafe dengan membayar biaya masuk atau membeli makanan dan minuman di kafe. Selain itu, kafe sendiri juga memiliki kelas tersendiri yang bisa dilihat dari harga makanan dan minuman yang dijual, lokasi dan nama kafe itu sendiri. Sembilan kafe yang diteliti juga memiliki kelasnya masing-masing. Manchester United Cafe and Bar bisa dikatakan sebagai kafe dengan kelas tinggi karena namanya. Kafe ini merupakan cabang resmi dari MU Cafe yang ada di Inggris dan sudah mendunia. Selain itu, pada Piala Dunia, kafe yang berada di gedung Sarinah yang merupakan pusat bisnis di Jakarta, ini juga mematok harga yang cukup tinggi untuk biaya masuk *nobar*. Kafe lain yang dikenal dengan namanya adalah Rick’s Cafe dan Pisa Cafe. Lokasi juga menentukan kelas kafe. Kafe yang berada di kawasan Kemang, Jakarta Selatan, seperti Black Canyon dan Shisha memiliki kelas lebih tinggi daripada kafe di Jalan Jaksa di Jakarta Pusat seperti KL Village. Keduanya merupakan kawasan yang dikenal sebagai tempat berkumpulnya para ekspatriat di Jakarta, namun Kemang dikenal lebih berkelas daripada Jalan Jaksa dilihat dari profesi para ekspatriat yang berada di sana. Kenyamanan dan suasana meriah yang dijual kafe adalah hal yang membuat penonton rela membayar lebih besar daripada menonton di stadion pada umumnya, apalagi daripada menonton melalui televisi. Penonton di stadion dibedakan tempat duduknya berdasarkan kenyamanan dan kejelasan pandangan selama menyaksikan pertandingan. Semakin nyaman dan semakin jelas, semakin mahal pula harga tiket yang harus

dibayar. Di Eropa tempat duduk seperti ini biasanya dihuni petinggi klub, pejabat, atau konglomerat sementara suporter biasa duduk di tempat biasa. Ada pula semacam anggapan yang berlaku bahwa suporter sejati adalah orang-orang yang duduk tidak nyaman. Penonton sepakbola seharusnya tidak duduk dengan tenang dan nyaman.

Dalam teori konsumsi Baudrillard, masyarakat konsumeris pada masa sekarang tidak didasarkan kepada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya. Siapapun bisa menjadi bagian dari kelompok apapun jika sanggup mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Penonton *nobar* yang sanggup membayar lebih daripada penonton televisi maupun penonton stadion maka tidak hanya terdiri dari pendukung masing-masing tim yang bertanding tetapi juga orang lain yang sekedar ingin mencari keramaian atau menemani seseorang. Orang-orang ini juga bisa menjadi bagian dari penonton *nobar* karena memiliki pola konsumsi yang sama dengan yang lain. Sebaliknya, sesama pendukung tim yang bertanding belum tentu bisa menjadi penonton *nobar* karena tidak bisa mengikuti pola konsumsi penonton *nobar*. Selain itu, penonton *nobar* bisa saja merupakan orang yang dengan penonton stadion dan penonton televisi di rumah karena ia sanggup mengikuti semua pola konsumsi.

BAB 4 KESIMPULAN

Sirkuit kebudayaan yang diajukan du Gay menunjukkan relasi dialogis antar proses-proses sosial yang terjadi pada suatu artefak budaya atau fenomena. Seperti bahasan pada produk Sony Walkman, semua proses sosial berkoneksi satu