

Critics Discourse Analysis Logo Bonek “Wong Mangap: (Critics Discourse Analysis Teun A. Van Dijk)

Analisis Wacana Kritis Logo Bonek “Wong Mangap” (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk)

Ahmad Faza Bilmukharom¹⁾, Poppy Febriana ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: 192022000040@umsida.ac.id

Abstract. Persebaya Surabaya is a football club in Surabaya, a club that was founded in 1927 and is poor in Indonesian football, one of the biggest clubs in Indonesia has a supporter base which in its identity is called Bonek (Bondo Desperate). The term Bonek itself was introduced around the 1980s by Slamet Urip Pribadi who was a Jawa Pos journalist. In this study, researchers conducted research on an object, namely the "Wong Mangap" Logo. Researchers used qualitative research with data collection methods using Critical Discourse Analysis from Teun A. Van Dijk by analyzing three aspects, namely text structure, social cognition, and the social context for the formation of the "Wong Mangap" logo. If analyzed in general, the creation of the “Wong Mangap” logo cannot be separated from Mr. Muchtar's ties to see the enthusiasm and fanaticism of Bonek himself. From the analysis of the text, it is clear that this logo has a shape resembling the expression of a person screaming with his mouth wide open. Showing the idea and theme of a Bonek who supports Persebaya Surabaya in the stadium with great passion and dedication. In social cognition, the researcher found that the creator of the “Wong Mangap” logo also had an interest in Bonek and Persebaya. This logo is also felt by the creators to match the identity of the city of Surabaya with its nickname as the city of Heroes

Keywords – Critics Discourse Analysis, Logo, Identity

Abstrak. Persebaya Surabaya merupakan klub Sepakbola yang ada di Surabaya, klub yang berdiri pada 1927 ini malang melintang di persepakbolaan Indonesia, salah satu klub terbesar di Indonesia ini memiliki basis Suporter yang dalam identitasnya di sebut Bonek (Bondo Nekat). Sebutan Bonek sendiri mulai di perkenalkan pada sekitaran tahun 1980 an oleh Slamet Urip Pribadi yang merupakan Wartawan Jawa Pos. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap obyek yaitu Logo “Wong Mangap”. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pengambilan data menggunakan Analisis Wacana Kritis dari Teun A. Van Dijk dengan menganalisis tiga aspek yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial terbentuknya logo “Wong Mangap” ini. Jika dianalisa secara umum terciptanya logo “Wong Mangap” tidak terlepas dari terikatan Mr Muchtar melihat semangat serta fanatisme dari Bonek itu sendiri. Dari analisis Teks bahwasannya logo ini memiliki bentuk menyerupai ekspresi orang teriak dengan mulut yang terbuka dengan lebar. Menunjukkan ide dan tema seorang Bonek yang mendukung Persebaya Surabaya di dalam stadion dengan penuh semangat dan dedikasinya. Pada kognisi sosial peneliti menemukan bahwa pencipta logo “Wong Mangap” ini juga mempunyai ketertarikan pada Bonek dan Persebaya. Logo ini juga di rasa oleh pencipta cocok dengan identitas kota Surabaya dengan julukannya sebagai kota Pahlawan.

Kata Kunci – Analisis Wacana Kritis , Logo, Identitas

I. PENDAHULUAN

Persebaya adalah contoh klub sepakbola terbesar dan tersukses dalam sepakbola Indonesia[1]. Persebaya sendiri banyak menorehkan prestasi sejak zaman perserikatan hingga Liga Indonesia, menurut Shidiq Prasetyo dalam bukunya yang berjudul “The Champione Persebaya Sang Juara” persebaya sendiri juara pada perserikatan pada tahun 1952, 1975/1977 , 1987/1988, lalu juara pada Liga Indonesia pada tahun 1996/1997 dan yang terakhir pada 2004[2]. Persebaya memiliki fans yang sangat loyal yang disebut dalam identitasnya dengan sebutan Bonek (Bondo Nekat). Klub yang sudah berdiri sejak tahun 1927 ini mampu eksis hingga saat ini dalam persepakbolaan Indonesia berkat dukungan Bonek yang militan.

Nama Bonek sendiri pertama kali ditulis oleh Slamet Urip Pribadi, wartawan Jawa Pos pada pertengahan tahun 1980-an , pada saat itu Persebaya sedang mengikuti kompetisi perserikatan yang mempertandingkan sepak bola antar daerah di Indonesia[3]. Tujuan dari penyebutan Bonek sendiri menurut Slamet Urip mencoba untuk memberikan semangat serta dorongan untuk terus mendukung Persebaya serta membentuk Identitas dari setiap Bonek itu sendiri.

Hal menarik dari Bonek ialah Logo “Wong Mangap” Dalam sejarahnya, lahirnya Ikon Wong Mangap ini muncul sejak tahun 1987 , pada saat laga final liga perserikatan melawan PSIS Semarang. Dalam laga yang di gelar di Gelora Bung Karno ini ribuan bonek datang ke Jakarta untuk memberikan dukungan kepada Persebaya. Logo tersebut dirasa mampu mendongkrak semangat dan totalitas Bonek dalam mendukung Persebaya . energi besar melalui gambar orang Mangap mampu menjadi gambaran emosi jiwa yang memperlihatkan totalitas Bonek dalam mendukung Persebaya.

Peran Dahlan Iskan selaku pimpinan Jawa Pos menjadi cikal bakal terbentuknya Ikon “Wong Mangap” ini menjadi sebuah symbol yang dapat membangkitkan Bonek untuk mendukung Persebaya. Muchtar Manaji selaku ilustrator yang terinspirasi dari Dahlan Iskan yang memakai ikat kepala yang bertulisan “Persebaya 87” saat datang pada pertandingan Persebaya menghadapi PSIS Semarang di Jakarta pada tanggal 01 Maret 1987. Dalam penelitian terdahulu, Muchtar menuturkan Dahlan iskan memintanya untuk membuat gambar yang ekspresif untuk menggambarkan ikon bagi Persebaya[4].

Dikutip dari wawancara emosijiwa.com Mr. Muchtar mendefinisikan logo ini sebagai gambaran Surabaya sebagai kota pahlawan, ribuan orang yang mati demi berjuang dengan sangat gigih di gambarkan dengan ekspresi wajah yang menggambarkan semangat ekspresif dan Mr Muchtar menganggap hal ini paling representative untuk Surabaya[5]. Seiring berjalannya waktu Logo Bonek “Wong Mangap” sudah menjadi bagian dari Identitas yang di usung serta akan selalu ada pada setiap Persebaya bertanding, dan bisa dilihat di setiap sudut Kota Surabaya. Logo ini mampu mencerminkan identitas dari Bonek itu sendiri. Ketika mereka menggunakan atribut atau menunjukan Logo “Wong Mangap” maka akan terdeteksi sebagai seorang Bonek. Hal ini juga selaras dengan pengertian logo yang di sampaikan Oscarario dalam [6] yaitu logo merupakan simbol yang menunjukan identitas utama dari kelompok atau organisasi. Dengan hanya melihat logo orang mampu mengenal organisasi dan mengetahui organisasi dan mengetahui reputasinya. Itu artinya , logo harus mampu menampilkan pribadi dan jiwa entitas yang mewakilinya.

Berangkat dari latar belakang yang telah di uraikan diatas. Perlu adanya penelitian lebih mendalam dalam aspek terbentuknya logo Bonek “Wong Mangap” ini. Guna mengetahui pesan dari terbentuknya logo ini. Dengan pendekatan analisi wacana kritis Teun Van Dijk. serta memberikan apreasi terhadap pencipta logo Bonek “Wong Mangap” . Kurangnya penahaman para Bonek mengenai Logo Bonek “Wong Mangap” ini juga menjadi fokus penelitian sebagai referensi penelitian selanjutnya agar selanjutnya logo ini di pandang dan dimaknai sebagai sumber semangat dan serta identitas yang positif bagi mereka serta memberikan pengaruh yang positif dalam setiap perilaku dalam mendukung klub kebangganya.

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti agar penelitian lebih fokus dan nantinya akan lebih terarah, dan spesifik. Maka dalam penelitian ini, peneliti membatasi pembahasan ruang lingkupnya pada analisis tekstual terbentuknya Logo “Wong Mangap” dan bagaimana logo ini di produksi. Sehingga memperoleh hasil dari terbentuknya logo seperti itu. Semuanya menggunakan Analisis Wacana kritis model Teun A. Van Dijk.

Menurut Eriyanto dalam penelitian[7]. Fairclough menjelaskan wacana menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai sebuah praktik sosial, lebih daripada aktivitas Individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Pertama, wacana adalah bentuk dari tindakan, seseorang menggunakan bahasa sebagai suatu tindakan pada dunia dan khususnya sebagai bentuk representasi dari realita yang ada. Kedua, implikasi adanya hubungan timbal balik antara wacana dan struktur sosial.

Diantara banyaknya teoritis mengenai analisis wacana kritis, model Teun A. Van Dijk yang sangat relevan dengan penelitian ini. Karena sifatnya yang bukan hanya menganalisa teks saja namun juga aspek lain seperti Kognisi Sosial dan Konteks Sosial yang melatar belakangi terbentuknya Logo “Wong Mangap”. Model Van Dijk ini dirasa penulis mampu memberikan efek serta kedalaman penelitian karena bukan hanya teks saja yang di teliti secara mendalam namun juga mampu meneliti aspek konteks sosial pada wacana pembentukan Logo “Wong Mangap”.

Penelitian terdahulu mengenai sepakbola serta supporter seperti yang dilakukan oleh [8] , [4], [3],[9] [10]. kebanyakan berfokus pada kekerasan, gender, fanatisme dan perilaku agresif. Komunikasi kelompok. Jarang sekali penelitian mengenai faktor - faktor yang membentuk sikap fanatisme itu yaitu logo dari kelompok supporter Bonek. Penelitian ini ingin menonjolkan pengaruh dari terbentuknya Logo “Wong Mangap” melalui analisis wacana model kritis Teun A. Van Dijk.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [8] membahas mengenai jenis penggemar sepakbola yang ada di Indonesia, dalam penelitian ini ada tiga obyek penelitian seperti Brajamusti pendukung PSIM Jogjakarta, Pasoepati pendukung Persis Solo, Serta Bonek Suporter dari Persebaya. Brajasmuti dan The Maident merupakan suporter PSIM Jogjakarta namun mereka terpecah atas dasar politik, Brajasmuti yang bersekutu oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Sedangkan The Maident bersekutu dengan PDI-P. Keterlibatan politik dalam diri suporter ini memberikan perilaku yang berbeda serta menimbulkan konflik internal. Bonek sebagai Suporter Persebaya memiliki basis suporternya yang tidak terstruktur seperti Brajasmuti, Bonek sendiri tidak memiliki pimpinan hanya saja memiliki tetua yang sangat di hargai oleh para Bonek itu sendiri. namun juga banyak keterlibatan mendalam para politisi korup dalam penyelenggaraan liga-liga sepak bola dalam negeri. Bonek 1927, ultras tanpa tim, melambangkan fandom sepak bola ultra global dan kredonya sebagai melawan sepak bola modern, lalu Pasoepati sebutan suporter Persis Solo mengklaim telah mendorong kebangkitan Persis Solo. Potensi perpecahan di dalam Pasoepati, sampai sekarang, telah direkonsiliasi dengan cara seperti Ultras 1923 mengadopsi 'Pasoepati' sebagai awalan gelar mereka. Gaya Pasoepati yang sangat terorganisir, bagaimanapun, memaksakan kekakuan yang ingin ditentang oleh banyak penggemarnya – terutama yang kasual dan hooligan.

Dalam penelitian lainnya [10] membahas mengenai tindakan fanatisme yang berlebihan dari para suporter Sepakbola, penelitian ini melibatkan dua obyek utama yaitu Bonek (Suporter Persebaya Surabaya), Aremania (Suporter Arema Malang). Maraknya kekerasan dalam sepakbola tidak hanya berasal dari pengaruh fanatisme dari suporter namun juga ada campur tangan mengenai perangkat keamanan dalam setiap pertandingan. Konflik yang terus di pelihara dan di wariskan pada setiap suporter serta aksi aksi pemukulan terhadap pemain sepakbola inilah yang menjadikan aksi kekerasan dalam sepakbola ini ada. Tiadanya solusi dari federesi serta aparat keamaan menjadikan konflik antar suporter terus ada sampai dengan saat ini.

Terkait dengan latar belakang yang telah di uraikan, peneliti mencoba membedah wacana dari logo Bonek “Wong Mangap” ini. Maka perlu di lakukan sebuah penelitian secara mendalam untuk mengetahui bagaimana Logo “Wong Mangap” terbentuk menurut analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk, Bagaimana kognisi sosial yang melatarbelakangi terbentuknya logo “Wong Mangap”, dan bagaimana Konteks Sosial dari terbentuknya logo “Wong Mangap” ini.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis wacana kritis dari Teun A. Van Dijk sebagai proses pengumpulan data. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga di amati [11]. Analisis wacana kritis sebagai suatu cara untuk mengemukakan maksud dan tujuan tersembunyi dari subjek.

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti mengenai wacana dari terbentuknya logo “Wong Mangap” dalam perkembangannya dari sejak terbentuk hingga saat ini menggunakan analisis wacana kritis yang di kembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Metode analisis wacana sangat berbeda dengan analisis isi kualitatif pada umumnya, biasanya kualitatif menekankan pada pertanyaan “Apa” sedangkan analisis wacana menekankan lebih kepada “bagaimana” dari pesan atau teks komunikasi [11].

Dalam dimensi teks, peneliti akan meneliti bagaimana struktur teks dan wacana yang dipakai dalam pembentukan logo Bonek “Wong Mangap” ini. Pada level kognisi sosial, peneliti akan mempelajari proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu dan pembuat dari logo “Wong Mangap” ini. Lalu untuk aspek terakhir yaitu konteks sosial akan mempelajari konteks bangunan wacana yang berkembang di masyarakat yaitu Bonek itu sendiri yang berkenaan dengan awal terbentuknya logo “Wong Mangap” ini.

Subyek penelitian ini ialah logo Bonek “Wong Mangap” serta obyek nya ialah pesan tekstual dari terbentuknya Logo “Wong Mangap” itu sendiri sebagai fokus utama dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data melalui beberapa tahapan yaitu observasi yang berfokus pada fenomena pada obyek yang di teliti dengan pengawasan, penyelidikan dan penelitian.

Dalam penelitian ini, metode observasi terbagi menjadi dua, observasi secara langsung dan observasi secara tidak langsung. Observasi langsung, yaitu melalui pengamatan langsung untuk mengetahui data yang di perlukan [12]. Jenis sumber data yang dipakai untuk masalah ini adalah dengan menggunakan data primer yang di gunakan adalah logo Bonek “Wong Mangap”. Sedangkan data observasi tidak langsung menggunakan wawancara sebagai sarana konfirmasi mengenai penemuan fenomena pada data primer. Wawancara disini mengemukakan wawancara terpimpin dengan peneliti melakukan observasi lalu di memberikan pertanyaan mengenai temuan yang sudah di dapat. Peneliti juga memungkinkan mendapatkan data melalui cuplikan podcast serta data data yang menunjang dalam penelitian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam model penelitian analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk analisis teks media dibagi menjadi 3 bagian yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro [13]. Teks yang dimaksud dalam hal ini ialah logo Bonek “Wong Mangap”. lalu dimensi lain yang terdapat dalam analisis wacana kritis yaitu kognisi sosial dari pembuat serta konteks sosial yang melatar belakangi terbentuknya logo “Wong Mangap” ini.

A. Analisa Teks logo “Wong Mangap”

Tabel 1. Analisis Teks

Struktur Wacana	Elemen	Temuan
Struktur Makro	Topik/Tema	Logo Bonek “Wong Mangap” sesuai dengan julukannya orang mangap, logo ini memberikan gambaran orang yang sedang berteriak dengan membuka mulut secara lebar dan menunjukkan emosi serta semangat yang membara.
Super Struktur	Skema	<p>Awal pertama terbentuknya : berawal dari foto seorang suporter Bonek yang memakai ikat kepala bertulisan “Persebaya”. Dan foto dari Dahlan Iskan memakai ikat kepala bertulisan Persebaya 87</p> <p>Pembentukan menjadi animasi/Gambar : Dibuat oleh Mr Muchtar sebagai logo yang di gambarkan menyerupai foto Dahlan Iskan yang memakai ikat kepala bertulisan “Persebaya 87”. Pada tahap ini hanya merupakan gambar biasa untuk pelengkap isi koran.</p> <p>Pembentukan gambar yang lebih realistis dan berwarna: pada tahap ini gambar yang awalnya hanya hitam putih diubah menjadi gambar yang berwarna serta diberikan sentuhan warna hijau pada ikat kepalanya. Hadap yang awalnya menoleh ke kanan di ganti menjadi menghadap ke depan dan memberikan kesan lebih realistis pada logo ini.</p>
Struktur Mikro	Latar	<p>Latar tempat: Stadion sepakbola</p> <p>Latar waktu: Sore hari</p> <p>Latar situasi : Emosional, hasil foto yang didapatkan sebelum logo ini terbentuk memberikan gambaran betapa militannya suporter Bonek yang mendukung klub kebanggannya dengan ekspresi nya melalui atribut yaitu ikat kepala serta sorakan yang ada di setiap pertandingannya.</p> <p>Latar peristiwa : Suporter Bonek terekam oleh kamera disaat mendukung tim kebanggannya dengan membenteng dan berteriak serta memberikan ekspresi semangat jiwa serta memakai atribut yang memberikan gambaran ekspresi kecintaan pada Persebaya</p>
	Maksud	Pada logo “Wong Mangap” ini peneliti menemukan bahwa pencipta juga merupakan bagian dari pendukung Persebaya. Logo ini dibuat juga menjadi salah satu bentuk ekspresi dari pencipta sebagai salah satu bentuk dukungan kepada Persebaya itu sendiri.
	Bentuk Kalimat/Gambar	Bentuk gambar pada logo “Wong Mangap” ini merupakan gambar wajah dengan ekspresi mulut terbuka seperti orang yang berteriak. Memakai ikat kepala bertulisan “Persebaya”. Dalam hal ini wajah tersebut menunjukkan kondisi dimana Bonek berteriak di dalam stadion untuk mendukung Persebaya.

		Pada kondisi lain ekspresi nya juga pernah di rubah menjadi bentuk yang menutup mulut, hal itu dilakukan dalam bentuk protes atas penurunan prestasi yang dialami oleh Persebaya, hal ini juga menunjukkan bahwa logo ini merupakan gambaran ekspresi dan luapan hati dari Bonek untuk klub kebangganya.
	Koherensi	Koherensi pada logo “Wong Mangap” merujuk pada elemen yang ada pada logo. Elemen warna pada logo “Wong Mangap” ini dengan kuit wajah dengan warna sawo matang yang idektik dengan orang Surabayaan, pemakaian warna hijau pada ikat kepala. Warna hijau merupakan warna yang menjadi identitas bagi Persebaya dan Bonek itu sendiri. Jadi bisa dikatakan perpaduan inilah yang menjadikan logo menjadi lebih berjiwa dan mampu mempengaruhi dalam diri Bonek dan Persebaya
	Leksikon	Leksikon dalam logo sendiri bisa diartikan sebagai reperentasi grafis atau simbol yang mewakili individu atau kelompok. Ciri khas dengan ikat kepala bertulisan Persebaya serta rambut yang gondrong merupakan salah satu ciri dari identitas Bonek dalam kedatangannya ke stadion guna mendukung persebaya. Merujuk pada identitas yang merepresentasikan Bonek itu sendiri.
	Ekspresi	Terdapat penguatan terhadap karakter dalam logo “Wong Mangap” ini. Yaitu ekspresi wajah menghadap kedepan dengan ekspresi teriakan serta mulut yang terbuka, lambaian rambut gondrong yang terurai oleh angin. Menunjukan ekspresi tanpa Lelah Bonek dalam menduku persebaya. Bisa diidentifikasi bahwa bonek ini dalam kondisi hujan , panas pada saat mendukung Persebaya tetap dengan semangat serta dedikasinya mendukung klub kebangganya.

Secara garis besar Logo Bonek “Wong Mangap” ini beberapa kali mengalami perubahan dari sejak pertama kali di buat pada 1987 oleh Mr. Muchtar serta disempurnakan oleh koleganya Mr. Boediono selaku Ilustrator Jawa Pos hingga saat ini.

a. Logo pertama dengan gambar hitam putih pada tahun 1987 – 1990

Pada analisis teks diatas hasil peneliti mampu menemukan bahwa Logo ini dibuat karna adanya juga kesukaan pencipta logo Bonek “Wong Mangap” ini kepada Persebaya Surabaya. Diluar dari tugasnya menjadi Ilustrator Jawa Pos, Mr Muchtar memiliki empati terhadap Bonek itu sendiri. Logo Bonek “Wong Mangap” sendiri dibuat oleh Mr. Muchtar awalnya pada tanggal 03 Maret 1987 pada saat laga final melawan PSIS Semarang di Jakarta, Mr. Muchtar yang saat itu menjadi ilustrator dari Jawa pos yang terinspirasi dari Dahlan Iskan membuat desain awal dari logo “Wong Mangap” ini dan menggambarinya saat pertandingan tersebut dengan wajah Dahlan Iskan memakai ikat kepala waktu itu dengan tulisan Persebaya 87. Logo ini akhirnya menjadi bagian dari berita yang tayang pada keesokan hari nya. Dari sejak saat itu Logo “Wong Mangap” ini mulai dikenalkan serta di tayangkan pada terbitan Jawa Pos pada pemberitaan Persebaya.

b. Pembaharuan Logo pada tahun 1995 – sekarang

Logo “Wong Mangap” pada tahun ini disempurnakan oleh Mr Boediono selaku kolega Mr Muchtar di Jawa Pos, diberikan sentuhan warna hijau pada ikat kepala serta lebih di bentuk secara lebih real karena pada saat itu jawa pos sudah memulai edisi halaman berwarna pada korannya. Logo ini bertahan hingga saat ini dengan bentuk yang lebih jelas serta bentuk seperti Bonek saat sedang bernyari dan berteriak di tribun penonton. Tambahan visualisasi ini memberikan warna baru serta semakin mendorong Bonek untuk menggunakan logo “Wong Mangap” ini sebagai identitas yang dirasa cocok bagi mereka. Pada tahun 2002 logo ini sempat menjadi perubahan lagi oleh Leak Kustiya,

awalnya yang mulut terbuka seperti orang berteriak di rubah menjadi mulut yang tertutup seperti orang yang sedang sedih. Alasan logo ini dirubah karena pada saat 2002 Persebaya degradasi dari pesepakbolaan Indonesia. Menjadi titik terburuk oleh Persebaya logo ini mampu menggambarkan betapa kecewanya para Bonek atas penurunan prestasi dari Persebaya Surabaya.

Gambar 1. Logo Bonek “Wong Mangap” dari awal terbentuknya hingga saat ini



Sumber : Facebook Persebaya Surabaya

A. Kognisi Sosial terbentuknya Logo Bonek “Wong Mangap”

Kognisi sosial merupakan proses dimensi dari terbentuknya sebuah teks. Menurut [14] kognisi sosial adalah dimensi untuk memberikan penjelasan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu/kelompok penulis. Dalam kerangka analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk memang perlu adanya analisis kognisi sosial, yaitu mengenai kesadaran pembuat teks dalam membentuk teks tersebut [13]. Selain itu, analisis kognisi sosial menekankan, bagaimana peristiwa dipahami, didefinisikan, dianalisis, dan ditafsirkan. Mr Muchtar dalam *emosijiwaku.com* menjelaskan bahwa “Wajah patung pahlawan di Surabaya ini kan kebanyakan gitu semua. Menggambarkan kobaran semangat, ekspresif, walau mereka orang bawahan. Saya kira itu yang paling representatif untuk Surabaya” [5]. Ada tiga aspek yang menjadi kognisi sosial dari terbentuknya logo “Wong Mangap” ini yaitu representasi Identitas, serta koneksi sosial dari penciptanya.

a. Reperentasi Identitas

Reperentasi identitas yang dimaksud dalam hal ini adalah karakter serta sikap yang dilakukan oleh para Bonek pada saat mendukung Persebaya, kalau di Tarik kebelakangan juga logo ini cocok juga dengan karakter Kota Surabaya merupakan Kota Pahlawan. Ekspresi orang mangap sekilas mirip dengan Bung Tomo salah satu pahlawan yang berjuang di Surabaya. Peneliti merasa ini menjadi salah satu faktor logo ini mampu diterima oleh masyarakat Surabaya dan khususnya para Bonek. Menurut Holt dalam buku [10] klub sepakbola telah menjadi bagian dari ikonik brand, ikonik terbangun melalui aktivitas kultural. Dalam hal ini logo “Wong Mangap” menjadi salah satu icon bagi masyarakat Surabaya. Karna logo yang identik dengan tengkorak dan orang berteriak dengan ekspresi Bonek dalam mendukung persebaya serta bisa diartikan juga menjadi gambar pahlawan yang berjuang di Surabaya.

b. Koneksi Sosial

Logo Bonek “Wong Mangap” dirancang untuk membangkitkan respon emosional dan sikap militan para Bonek, hal ini bisa diamati dari desain, warna serta elemen yang ada pada logo ini. Logo ini mampu memicu perasaan seperti semangat, kebanggaan., militan, solidaritas, antusiasme dalam diri Bonek serta membawa aspek koneksi sosial dalam hubungan supporter, klub dan warga Surabaya. Menurut O’Rourke dan Souraya dalam jurnal [15] secara umum koneksi sosial memiliki hubungan yang bermakna, memiliki kedekatan dan konstruktif dengan sesama individu. Secara individu, kelompok maupun masyarakat.

Dalam hasil penelitian [4] ada relasi Jawa Pos pada Persebaya pada tahun 1980 an, Jawa Pos yang saat itu di pimpin oleh Dahlan Iskan menjadikan berita olahraga menjadi salah satu sajian wajib pada tayangan korannya. Sejak saat itu Jawa Pos terus memberitakan olahraga terutama memperbanyak tayangan pemberitaan Persebaya pada korannya. Hal ini juga menjadi perhatian bagi peneliti bahwa adanya Logo “Wong Mangap” bukan tanpa sebab di bentuk melainkan

adanya maksud untuk memanfaatkan Bonek sebagai salah satu supporter yang militan untuk membaca serta menaikan rapping koran pada waktu itu.

Dalam hal ini peneliti menemukan jawaban mengenai pandangan terbentuknya logo “Wong Mangap” ini. Jawa Pos yang waktu itu memiliki saham pada diri Persebaya mempunyai kesempatan untuk memiliki relasi langsung dengan para Bonek. pembentukan Logo Bonek “Wong Mangap” setelah keputusan berani dari Dahlan Iskan melimpahkan pemberitaan Persebaya pada halaman Jawa Pos. penurunan prestasi pada tahun 1980 menjadi perhatian bagi Dahlan Iskan, maklum saja prestasi dari persebaya sangat turun dari pada tahun – tahun sebelumnya. Menurut Junaedi pada penelitian terdahulunya. Ini merupakan kebijakan yang di maknai untuk kepentingan pasar dan mempeluas pasar Jawa Pos pada saat itu[4]. hal ini juga dibuktikan pada podcast Dahlan Iskan dalam chanel Kompas.com bahwa Dahlan pada menit 15.13 “Sebagai wartawan saat itu melihat persebaya kok rasanya greget dan sebagai wartawan saat itu kita gebukin” dalam hal ini istilah gebukin ini ialah memberitakan kekalahan dan penurunan prestasi yang di alami oleh persebaya. Yang awalnya Jawa Pos ini memberitakan penurunan persebaya serta dianggap sangat kritik pada Persebaya. Di menit 26.11 dalam podcast Kompas.com Dahlan Iskan ini memberikan cara itu tidak berhasil membuat Jawa Pos naik. Lalu Dahlan Iskan juga memberikan kata “Yang awalnya kami sangat mengkritik Persebaya akhirnya kita pindah haluan untuk meng herokan persebaya” setelah itu barulah Jawa Pos mendapatkan respon dari warga Surabaya serta Bonek tentunya. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Pos mempeluas pasar di dalam pemberitaan Persebaya dan Bonek kala itu.

B. Konteks Sosial terbentuknya Logo “Wong Mangap”

Konteks sosial merupakan sosial , budaya, politik dimana logo “Wong Mangap” ini digunakan dan dipahami oleh Bonek, logo ini mampu memberikan gambaran diri dari setiap Bonek itu sendiri, mampu memberikan aspek hubungan emosional antara Bonek dan Klub kebanggannya. Analisis sosial juga melihat pada teks yang dihubungkanada struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang pada masyarakat atas satu wacana[13]. ini sangat relevan dengan perjalanan sejarah Persebaya dan Bonek itu sendiri. Sejak era galatama hingga masuk dalam liga Indonesia bahwa dukungan Bonek tidak pernah luntur hingga saat ini. Sikap militan yang di miliki oleh para Bonek ini terpanpang nyata pada logo “Wong Mangap” ini. Pesan yang ada dalam logo ini mampu memberikan gambaran identitas yang melekat pada Bonek.

Fanatisme dari Bonek terbentuk melalui sejarah sejarahnya. Surabaya menjadi salah satu kota yang bersejarah di Indonesia, julukan kota pahlawan melekat pada setiap masyarakat Surabaya. Sepakbola menjadi salah satu bentuk perjuangan di era sekarang. Menunjukkan identitas Surabaya kepada kota-kota lainnya melalui sepakbola. Menurut Jock Stein dalam buku *Pemain Kedua Belas* yang di kutip [16], mengatakan “*Football Is Nothing Without fans*”. Sepakbola menjadi tidak berarti tanpa hadirnya fans. Dalam hal ini jiwa Bonek sudah terbentuk untuk membela kota kelahirannya. Fanatisme sudah terbentuk dalam setiap diri masyarakatnya serta mandarah daging dalam setiap identitasnya. Fanatisme ini dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Fanatisme dari Bonek ini sendiri beberapa kali tercoreng dengan sikap mereka yang terkenal dengan brutal serta tidak ada aturan. Fanatisme terkadang membuat perilaku positif dan negatife, terkadang buta membuat seseorang cenderung membenci pihak yang berbeda sehingga sportifitas terkalahkan[17]

VII. SIMPULAN

Logo Bonek “Wong Mangap” sendiri dibuat oleh Mr. Muchtar awalnya pada tanggal 03 Maret 1987 pada saat laga final melawan PSIS Semarang di Jakarta, Mr. Muchtar yang saat itu menjadi ilustrator dari Jawa pos yang terinspirasi dari Dahlan Iskan membuat desain awal dari logo “Wong Mangap” ini dan menggambarnya saat pertandingan tersebut dengan wajah Dahlan Iskan memakai ikat kepala waktu itu dengan tulisan Persebaya 87. Logo ini terus berkembang hingga saat ini dengan bentuk yang lebih realistis dan lebih berwarna sehingga memberikan gambaran sesungguhnya ekspresi dari Bonek itu sendiri.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan terhadap logo Bonek “Wong Mangap” menggunakan model penelitian analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk terhadap teks, kognisi sosial, serta konteks sosial terbentuknya logo “Wong Mangap”. maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut : Dari analisis Teks bahwasannya logo ini memiliki bentuk menyerupai ekspresi orang teriak dengan mulut yang terbuka dengan lebar. Menunjukkan ide dan tema seorang Bonek yang mendukung Persebaya Surabaya di dalam stadion dengan penuh semangat dan dedikasinya. Pada kognisi sosial peneliti menemukan bahwa pencipta logo “Wong Mangap” ini juga mempunyai ketertarikan pada Bonek dan Persebaya. Logo ini juga di rasa oleh pencipta cocok dengan identitas kota Surabaya dengan julukannya sebagai kota Pahlawan. Dalam konteks sosial sendiri , logo ini mampu memberikan gambaran diri dari setiap Bonek itu sendiri,

mampu memberikan aspek hubungan emosional antara Bonek dan Klub kebanggannya. Mampu memberikan gambaran fanatisme bonek dalam mendukung Persebaya.

Berdasarkan penelitian ini, terdapat keterbatasan riset dalam pengumpulan data, kurangnya informasi yang diperoleh dari pencipta dan tertutupnya Jawa Pos menjadikan penelitian ini kurang mendalam dalam hal spesifikasi makna dari sang penciptanya langsung. karena terhambatnya proses pengambilan data terkait dengan kesehatan informan dan terbatasnya waktu. Selanjutnya penelitian ini mampu di kembangkan lagi dalam ilmu sosial dan wacana budaya, sejarah, maupun pola komunikasi yang terjalin antara Persebaya Surabaya, supporter Bonek, maupun teks pemberitaan media pada Bonek dan Persebaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya artikel ilmiah ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan pihak – pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Penulis juga berterima kasih atas bantuan dari Mr. Boediono selaku salah satu sumber data yang memberikan kemudahan akses serta kesempatan untuk wawancara.

REFERENSI

- [1] F. Junaedi, H. Nugroho, and S. B. Wahyono, “Relasi Bonek dan Jawa Pos dalam Perspektif Strukturasi,” *Komunikator*, vol. 9, no. 2, pp. 124–138, 2017.
- [2] Prasetyo Sidiq, *The Champions Persebaya Juara*, 1st ed. Surabaya: Pagan Press, 2019.
- [3] M. Y. S. M. Purnomo and N. Krisdinanto, “Chinese Bonek: Reject Racism Through Symbolic Communication,” *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2020, doi: 10.21070/kanal.v9i1.686.
- [4] F. Junaedi, H. Nugroho, and S. B. Wahyono, “Komodifikasi Bonek dalam Jejaring Konglomerasi Jawa Pos,” *J. ASPIKOM*, vol. 3, no. 5, p. 891, 2018, doi: 10.24329/aspikom.v3i5.303.
- [5] Amozi, “Mengenal Awal Mula Logo Wong Mangap Dari Sang Pelukis Asli,” 2020. .
- [6] I. Wahdaniah, A. Toni, and R. Ritonga, “Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut,” *War. ISKI*, vol. 3, no. 01, pp. 67–74, 2020, doi: 10.25008/wartaiski.v3i01.57.
- [7] A. Siswanto and P. Febriana, “Representasi Indonesia dalam Stand Up Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono ‘ Mesakke Bangsaku ’) Angger Siswanto Poppy Febriana (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Ab,” *KANAL (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, vol. 5, no. 2, pp. 121–130, 2017.
- [8] A. Fuller and F. Junaedi, “Ultras in Indonesia: conflict, diversification, activism,” *Sport Soc.*, vol. 21, no. 6, pp. 919–931, 2018, doi: 10.1080/17430437.2017.1300392.
- [9] M. I. Alamsyah and I. J. Prasetyo, “Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas ‘Syndicate Bonek Keputih (SBK),’” *Commun. J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 2, pp. 203–216, 2019, doi: 10.15575/cjik.v2i2.5032.
- [10] F. Junaedi, *MERAYAKAN SEPAKBOLA*, 4th ed. Yogyakarta: Fandom, 2019.
- [11] Sobur Alex, *ANALISIS TEKS MEDIA (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)*, 7th ed. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015.
- [12] Winarto Surahmad, *Dasar Dasar Teknik Penelitian*. Bandung: CV Tarsita, 1989.
- [13] Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2008.
- [14] A. Jamaludin, “Analisis Struktur Teks, Kognisi Sosial, Dan Dimensi Sosial Dalam Novel Pulang Karya Tere Liye (Analysis of Text Structure, Social Cognition, and Social Dimensions in Novel Pulang Creation Tere Liye),” *J. Bahasa, Sastra Dan Pembelajarannya*, vol. 12, no. 1, p. 49, 2022, doi: 10.20527/jbsp.v12i1.13045.
- [15] T. A. Rakhmawati, “Hubungan koneksi sosial dengan kesepian lansia di rumah pelayanan sosial lanjut usia klampok brebes,” vol. 8, no. 02, pp. 149–161, 2022.
- [16] A. W. W. Syadzwin, M. Akbar, and T. Bahfiarti, “Fenomenologi perilaku komunikasi supporter fanatik sepakbola dalam memberikan dukungan pada psm makassar,” *J. Komun. KAREBA*, vol. 3, no. 1, pp. 1–7, 2014.
- [17] Gheeto, *GOL! Memahami Kesuksesan dari Kacamata Sepakbola.*, 1st ed. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, 2013.