

# Bayar o rek

*by Angga Alvicky*

---

**Submission date:** 30-May-2023 08:29PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2099908402

**File name:** Template\_FAZA\_JIKUHO.docx (287.51K)

**Word count:** 3259

**Character count:** 19833

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

Ahmad Faza Bilmukharom<sup>1\*</sup>; Poppy Febriana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia ;

Email : ahmadfazab@gmail.com<sup>1</sup> poppyfebriana@umsida.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence : ahmadfazab@gmail.com

### 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. hadirnya Logo “Wong Mangap” sendiri tidak terlepas dari adanya pemberitaan yang berlimpah oleh Jawa Pos pada era 1987. Hingga saat ini logo “Wong Mangap” menjadi identitas resmi bagi para Bonek. 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. Data diperoleh melalui wawancara pencipta logo “Wong Mangap”, melalui podcast serta penelitian terdahulu. Hasil dari penemuan peneliti adalah beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya logo “Wong Mangap” yaitu aspek sejarah terbentuknya logo dari awal pembuatannya. Kognisi sosial dari relasi Jawa Pos terhadap Persebaya, lalu konteks sosial budaya dan masyarakat Surabaya. Aspek koneksi sosial serta reperentasi identitas juga mempengaruhi logo ini menjadi identitas wajib bagi para Bonek yang akan mereka bawa disaat mendukung klub kebanggaannya yaitu Persebaya Surabaya.

### Kata kunci

Analisis Wacana Kritis, Logo, Identitas

### ABSTRACT

Persebaya Surabaya is a football club in Surabaya, a club that was founded in 1927 and is poor across Indonesian football, one of the biggest club in Indonesia has a supporter base which in its called Bonek (Bondo Nekat). The term Bonek itself was introduced around the 1980 by Slamet Urip Pribadi who was a Jawa Pos journalist. The presence of the “Wong Mangap” logo itself inseparable from the abundant coverage by Jawa Pos in the 1987 era. Until now the “Wong Mangap” logo has become the official identity for Bonek. In this study, researchers conducted research on a objek, namely the “Wong Mangap” logo. Researchers used qualitative with data collection methods using critical Discourse Analysis from Teun A. Van Dijk. data were obtained through interviews with creator of the “Wong Mangap” logo, Through podcast and previous research. Results of the researchers findings are several factors that influence the formation of the “Wong Mangap” logo. Namely the historical aspect of thye logo’s formation from the beginning of its manufacture. Social cognitions from the realitationship between Jawa Pos and persebaya, then a socio culture context and the people of Surabaya. The aspect social connection and identity representation also influences this logo to become a mandary identity for Bonek which they will carry when supporting their proud club Persebaya Surabaya.

### Keywords

Critics Discourse Analysis, Logo, Identity

## Pendahuluan

Persebaya adalah contoh klub sepakbola terbesar dan tersukses dalam sepakbola Indonesia (Junaedi et al., 2017). Persebaya sendiri banyak menorehkan prestasi sejak zaman Perserikatan hingga Liga Indonesia, menurut Shidiq Prasetyo dalam bukunya yang berjudul "The Champions 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. 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 (Purnomo & Krisdinanto, 2020). Tujuan dari penyebutan Bonek sendiri menurut Slamet Urip mencoba untuk memberikan semangat serta dorongan untuk terus mendukung Persebaya serta membentuk fanatisme dari setiap Bonek itu sendiri. Fanatisme sendiri menurut

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 (Junaedi et al., 2018).

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 (Amozi, 2020).

Logo "Wong Mangap" beberapa kali mengalami perubahan, antara lain perubahan yang dilakukan oleh Boediono, Boediono beralasan mengubah bentuk untuk memberikan penekanan tentang pahlawan kaum muda di Surabaya pada perjuangan peristiwa 10 November 1945 (Junaedi et al., 2018). Dalam perubahan ini logo "Wong Mangap" diberikan tambahan warna dan posisi logo tersebut menghadap ke depan dan menjadi lebih natural dan lebih mengekspresikan makna semangat yang membara pada logo tersebut. Seiring berjalannya waktu logo ini menjadi ikon penting bagi Bonek sebagai lambang Semangat juang dalam mendukung Persebaya Surabaya. Logo "Wong Mangap" ini dirasa mampu mendongkrak semangat dan totalitas Bonek dalam mendukung Persebaya. energi besar melalui gambar orang

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.18>

Mangap mampu menjadi gambaran emosi jiwa yang memperlihatkan totalitas Bonek dalam mendukung Persebaya.

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 fanatisme dari Bonek itu sendiri. Ketika mereka menggunakan atribut atau menunjukkan Logo “Wong Mangap” maka akan terdeteksi sebagai seorang Bonek. Hal ini juga selaras dengan pengertian logo yang di sampaikan Oscario dalam (Wahdaniah et al., 2020) yaitu logo merupakan simbol yang menunjukkan 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.

Titik perhatian dalam penelitian ini adalah pada logo “Wong Mangap” dan mengetahui wacana dari terbentuknya logo “Wong Mangap” oleh Mr Muchtar serta koleganya Mr. Boediono. Dimulai sejak awal pembentukannya pada tahun 1987 hingga 2002 dan menganalisis dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis. Analisis Wacana Kritis atau dalam Bahasa Inggris Critics Discourse Analysis berasal dari Bahasa Latin *discursus*, telah digunakan baik dalam arti terbatas maupun luas, istilah ini menunjuk penggunaan Bahasa baik dalam komunikasi lisan maupun tulisan. Beberapa teoritis dalam analisis wacana seperti Norman Fairclough, Teun A. Vandijk, serta Sarah Mills.

Menurut Eriyanto dalam penelitian (Siswanto & Febriana, 2017). 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”

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 memahami aspek - aspek tentang terbentuknya Logo “Wong Mangap” serta mendeskripsikan Logo Bonek “Wong Mangap” ini menggunakan studi analisis wacana kritis dengan obyek penelitian melalui 1) Teks 2) Kognisi Sosial 3) Konteks Sosial pada logo “Wong Mangap”.

### 3 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 (Sobur Alex, 2015). dalam hal ini logo "Wong Mangap" bukan menjadi satu satunya obyek analisa melainkan juga melihat dari berbagai aspek seperti kognisi sosial serta konteks sosial yang melandasi terbentuknya logo "Wong Mangap" tersebut. Subyek penelitian ini ialah pencipta Logo Wong Mangap Mr Muctar dan Boediono serta obyek nya ialah Logo "Wong Mangap" itu sendiri sebagai fokus utama dalam penelitian ini. Serta penelitian dari para bonek sendiri dan beberapa jurnal ilmiah serta media podcast.

13

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan dari peneliti yang di dapatkan dari analisis wacana kritis logo Bonek "Wong Mangap" dari mulai terbentuknya hingga sebagai bagian dari identitas yang berpengaruh pada sikap fanatisme supporter Persebaya yaitu Bonek (Bondo Nekat). Peneliti mampu mengidentifikasi 3 aspek dalam logo ini yaitu 1) teks (Logo "Wong Mangap"), lalu 2) kognisi sosial dari terbentuknya logo ini yaitu Jawa Pos, serta 3) Konteks sosial yaitu dari bonek serta masyarakat dan kebiasaan sosial pada saat terbentuknya logo "Wong Mangap" ini.

### A. Teks

Teks yang dimaksud dalam hal ini ialah logo Bonek "Wong Mangap". Logo Bonek ini beberapa kali mengalami perubahan dari sejak pertama kali di buat pada 1987 oleh Mr. Muctar serta disempurnakan oleh koleganya Mr. Boediono selaku ilustrator Jawa Pos hingga saat ini.

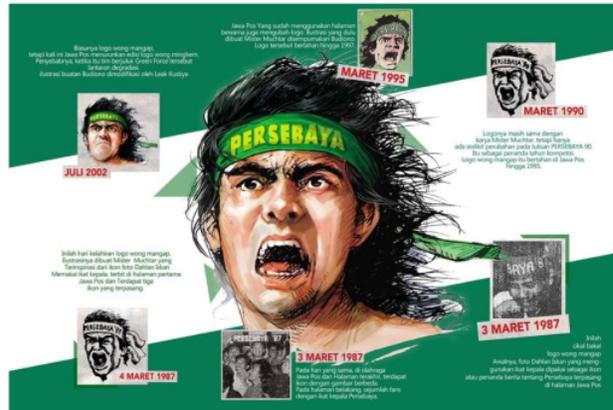
#### a. Logo pertama dengan gambar hitam putih pada tahun 1987 - 1990

Logo Bonek "Wong Mangap" sendiri dibuat oleh Mr. Muctar awalnya pada tanggal 03 Maret 1987 pada saat laga final melawan PSIS Semarang di Jakarta, Mr. Muctar 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 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 Muctar 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

### B. Kognisi Sosial terbentuknya Logo Bonek “Wong Mangap”

Kognisi sosial merupakan proses dimensi dari terbentuknya sebuah teks. Menurut (Jamaludin, 2022) kognisi sosial adalah dimensi untuk memberikan penjelasan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu/kelompok penulis. 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” (Amozi, 2020). 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 (Junaedi, 2019) 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, kebanggan, militan, solidaritas, antusiasme dalam diri Bonek serta membawa

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.18>

aspek koneksi sosial dalam hubungan supporter, klub dan warga Surabaya. Menurut O'Rourke dan Souraya dalam jurnal (Rakhmawati, 2022) secara umum koneksi sosial memiliki hubungan yang bermakna, memiliki kedekatan dan konstruktif dengan sesama individu. Secara individu, kelompok maupun masyarakat.

Dalam hasil penelitian (Junaedi et al., 2018) 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 menaikkan rating koran pada waktu itu.

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 memperlus 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 memperluas pasar di dalam pemberitaan Persebaya dan Bonek kala itu.

### C. 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, 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 (Syadzwin et al., 2014), 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 sportifikas terkalahkan(Gheeto, 2013)

## Kesimpulan

21

Dari hasil pengamatan peneliti dapat di simpulkan bahwa logo ini dibuat pada tahun 1987. Mr. Muchtar memaparkan bahwa Mr. Muchtar terinspirasi dari Dahlan Iskan selaku pimpinan Jawa Pos saat itu pada laga melawan PSIS di senayan memakai ikat kepala dengan tulisan Persebaya 87. Logo ini terus berubah seiring berjalannya waktu. Dari yang awalnya hitam putih berkembang hingga saat ini dengan versi yang berwarna. Mr Boediono. Logo ini sempat memiliki perubahan dimana ekspresi yang awalnya teriak diganti menjadi ekspresi dengan tutup mulut. Hal ini juga dapat diartikan bahwa logo dijadikan bahan untuk kritik oleh Bonek. Hingga saat ini Logo "Wong Mangap" menjadi icon penting yang selalu ada pada Bonek. Bahkan sudah menjadi identitas Bonek yang menunjukkan semangat, cinta serta kesetian mendukung Persebaya.

Relasi Jawa Pos terhadap Persebaya ini di manfaatkan jawa pos sebagai sarana untuk menaikkan rating pada Jawa Pos yang sewaktu itu di pimpin oleh Dahlan Iskan. Efek dari terbentuknya logo "Wong Mangap" ini memberikan daya Tarik tersendiri bagi pemberitaan Persebaya. Seiring berjalannya waktu logo ini berhasil memikat hati para Bonek karena ekspresi serta bentuk dari logo "Wong Mangap" ini dirasa mampu menjadi identitas dari para Bonek disaat mendukung Persebaya. Aspek konteks sosial dari terbentuknya logo ini mampu memberikan gambaran semangat juang seperti ekspresi teriak serta memberikan dorongan kepada supporter untuk membentuk sifat fanatisme serta kecintaan kepada club kebanggannya.

## Referensi

- Amozi. (2020). *Mengenal Awal Mula Logo Wong Mangap Dari Sang Pelukis Asli*.  
<https://emosijiwaku.com/2020/04/09/mengenal-awal-mula-logo-wong-mangap-dari-sang-pelukis-asli/>
- Gheeto. (2013). *GOL! Memahami Kesuksesan dari Kacamata Sepakbola*. (Gheeto (ed.); 1st ed.). PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Jamaludin, A. (2022). 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). *Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pembelajarannya*, 12(1), 49.  
<https://doi.org/10.20527/jbsp.v12i1.13045>
- Junaedi, F. (2019). *MERAYAKAN SEPAKBOLA* (F. Junaedi (ed.); 4th ed.). Fandom.
- Junaedi, F., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2017). Relasi Bonek dan Jawa Pos dalam Perspektif Strukturasi. *Komunikator*, 9(2), 124–138.
- Junaedi, F., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2018). Komodifikasi Bonek dalam Jejaring Konglomerasi Jawa Pos. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 891. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.303>
- Pumomo, M. Y. S. M., & Krisdinanto, N. (2020). Chinese Bonek: Reject Racism Through Symbolic Communication. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1–8.  
<https://doi.org/10.21070/kanal.v9i1.686>
- Rakhmawati, T. A. (2022). *Hubungan koneksi sosial dengan kesepian lansia di rumah pelayanan sosial lanjut usia klompok brebes*. 8(02), 149–161.
- Siswanto, A., & Febriana, P. (2017). 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)*, 5(2), 121–130.
- Sobur Alex. (2015). *ANALISIS TEKS MEDIA (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)* (Sobur Alex (ed.); 7th ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Syadzwinia, A. W. W., Akbar, M., & Bahfiarti, T. (2014). Fenomenologi perilaku komunikasi supporter fanatik sepakbola dalam memberikan dukungan pada psm makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3(1), 1–7.
- Wahdaniah, I., Toni, A., & Ritonga, R. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta ISKI*, 3(01), 67–74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.57>

# Bayar o rek

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	4%
2	journalpublicuho.uho.ac.id Internet Source	2%
3	123dok.com Internet Source	2%
4	repository.petra.ac.id Internet Source	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
6	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	1%
7	emosijiwaku.com Internet Source	1%
8	www.neliti.com Internet Source	1%
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

10	<a href="http://journal.fib.uho.ac.id">journal.fib.uho.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://herishery.wordpress.com">herishery.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://spektrum.stikosa-aws.ac.id">spektrum.stikosa-aws.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://mulyadiana0108.blogspot.com">mulyadiana0108.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://digilib.uns.ac.id">digilib.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://dspace.vspu.edu.ua">dspace.vspu.edu.ua</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://journal.uib.ac.id">journal.uib.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://qofe.greensalus.it">qofe.greensalus.it</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://repository.wima.ac.id">repository.wima.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %

22

[www.jurnal-umbuton.ac.id](http://www.jurnal-umbuton.ac.id)

Internet Source

<1 %

23

Astri Wijayanti, Bambang Djunaidi, Suryadi Suryadi. "Analisis Wacana Kritis Puisi "Munajat 212" Karya Neno Warisman Analisis Model Teun A. Van Dijk", Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing, 2020

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# Bayar o rek

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---