

# Interaksi Fanatisme Suporter Sepakbola (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Officialpersebaya Pasca Tragedi Kanjuruhan)

<sup>1</sup>Natalia Erika Destianti, <sup>2</sup>Merry Fridha Tri Palupi, <sup>3</sup>Irmashanti Danadharta

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[Euodianataliaerika@gmail.com](mailto:Euodianataliaerika@gmail.com)

## **Abstract**

*Various forms of utilization of football supporter interaction are diverse in the present, one of which uses the Instagram platform. This is what the @officialpersebaya Instagram account does in establishing and accommodating the bonek and bonita from the Persebaya football club. The purpose of this study was to analyze the interaction fanaticism football supporters using Virtual Ethnography method on Instagram account @officialpersebaya, as the use of research will be the study of communication, especially new media with virtual ethnography methods and coupled with how diverse forms of fanaticism football supporters, especially persebaya through Instagram account. Instagram @officialpersebaya The theory used by researchers is Henry Jenkins, Participatory Media Culture. The results of the study showed that @officialpersebaya make good use of Instagram features such as Photo video and provide information in each upload relating to the latest information persebaya club, a form of interactivity and enthusiasm that is very high it is characterized by the number of likes and comments contained in each post made. Researchers also found sentiment tendency in the comments on the Instagram account @officialpersebaya that appear positive, negative and neutral sentiment that leads to fanaticism persebaya football supporters.*

**Keywords : Interactivity, Football Supporters, Virtual Ethnography, Instagram, Fanaticism**

## **Abstrak**

Berbagai bentuk pemanfaatan interaktivitas suporter sepakbola beragam di masa sekarang, salah satunya menggunakan platform Instagram. Hal tersebut yang dilakukan oleh akun Instagram @officialpersebaya ini dalam menjalin dan mengakomodir para bonek dan bonita dari klub sepakbola Persebaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis interaktivitas fanatisme suporter sepakbola dengan menggunakan metode Etnografi Virtual pada akun Instagram @officialpersebaya, sebagaimana pemanfaatan penelitian nantinya akan menjadi bahan kajian komunikasi khususnya *new media* dengan metode etnografi virtual dan dibarengi bagaimana beragamnya bentuk fanatisme suporter sepakbola khususnya persebaya melalui akun Instagramnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan objeknya berupa konflik yang terdapat didalamnya dan subjeknya adalah akun Instagram @officialpersebaya, dibarengi dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan admin akun Instagram @officialpersebaya dan beberapa pengikut Instagramnya. Teori yang digunakan peneliti

yaitu *Participatory Media Culture* milik Henry Jenkins. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa @officialpersebaya memanfaatkan betul fitur yang dimiliki Instagram seperti foto video dan memberikan keterangan dalam setiap unggahan yang berkaitan dengan informasi terkini klub persebaya, bentuk interaktivitas dan antusias yang sangat tinggi itu ditandai dengan banyaknya *like* serta komentar yang terdapat dari setiap postingan yang dibuat. Peneliti juga menemukan kecenderungan sentimen dalam komentar pada akun Instagram @officialpersebaya yang muncul yaitu sentimen positif, negatif dan netral yang mengarah pada fanatisme supporter sepakbola Persebaya.

**Kata Kunci : Interaktivitas, Suporter Sepakbola, Etnografi Virtual, Instagram, Fanatisme**

## **Pendahuluan**

Sepak bola merupakan olahraga yang terkenal di dunia. Di Indonesia sepak bola banyak digemari tanpa memandang umur, ras, suku, golongan dan jenis kelamin. Sepakbola, Suporter dan Fanatisme adalah bagian tidak bisa dipisahkan, karena fanatisme sendiri berarti kepercayaan atau perilaku yang melibatkan semangat tidak kritis atau dengan antusiasme obsesif. Penggemar yang fanatik memiliki kecenderungan bersifat obsesif untuk mendukung tim yang dipilihnya (Yanti, 2018). Kecintaan supporter dalam memberikan dukungan terhadap suatu club sepakbola juga menjadi bentuk simbolis yang dilakukan supporter, mulai dari membentangkan bendera gambar club, memakai jersey dan syal sampai chant yang bertujuan memeriahkan suasana saat club mereka berlaga. Itulah yang menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti pada supporter yaitu club Persebaya Surabaya. Suporter tersebut memiliki julukan Bonek yang dipopulerkan Jawa Pos pada edisi 8 November 1988 yang berarti Bondo Nekat lekat dengan slogannya “Salam Satu Nyali, Wani .

Animo yang massif dan ekspresif tersebut yang kadang sulit dikendalikan dan memiliki kecenderungan yang negatif bahkan banyak sekali tragedi yang terjadi ada sangkut pautnya dengan supporter bonek yang menjadikan stigma buruk yang melekat pada pecinta club Persebaya Surabaya ini. Oleh karenanya pihak @officialpersebaya berkoordinasi bersama bonek lainnya ingin bersama sama membenahi citra dari bonek sendiri yang sekarang bersifat negatif, pemanfaatan social media Instagram adalah salah satu wadah yang dilirik oleh @officialpersebaya dalam menjaring tingginya fanatisme yang dimiliki bonek yang banyak memberikan aspirasi atau tanggapannya kepada club kesayangannya dengan tetap sesuai konteks dan porsi. Karena hal tersebut peneliti menemukan poin penting yang ingin diteliti dari segi bentuk interaksi fanatisme supporter sepakbola pada Instagram @officialpersebaya terutama bagaimana interaksi para pengikut Instagram @officialpersebaya dalam mengurangi fanatisme yang berlebihan pasca tragedi kanjuruhan pada awal oktober 2022 lalu.

Kajian literatur yang digunakan terdapat kajian teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang akan dijabarkan oleh peneliti sebagai berikut, peneliti menggunakan teori *Participatory Media Culture* Menurut Henry Jenkins (2006) media baru menawarkan khalayak untuk secara bersama-sama mengambil peran sebagai konsumen dan produsen media sekaligus, Jenkins berpendapat bahwa dalam *Participatory Media Culture*, orang mampu secara kreatif menanggapi isi media, dengan menciptakan komoditas budaya mereka sendiri sebagai upaya untuk menguraikan dan menemukan makna di dalam produk media dan pesan yang ada. Dalam *Participatory Media Culture* masyarakat dapat lebih mudah merespons dan memberikan kontribusi dan pesan kepada media. Dibarengi

dengan konsep media baru, interaksi, fanatisme, supporter sepakbola, komunitas online dan terakhir Instagram sebagai media penyaluran sebagai objek penelitiannya. Penelitian terdahulu yang digunakan oleh menggunakan penelitian dari Yasinta Yanti pada tahun 2018 dengan judul Fanatisme Suporter Sepakbola. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan fanatisme adalah bentuk perilaku rasionalitas dalam memberikan dukungan secara langsung maupun tidak dengan faktor yang beragam mulai dari lingkungan social sampai keluarga.

Alasan besar mengapa peneliti ingin meneliti adalah bagaimana interaktivitas fanatisme supporter sepakbola dengan menggunakan metode etnografi virtual pada akun Instagram @officialpersebaya ini bisa terus berjalan dalam kecenderungan pengelolaan sentimen yang disampaikan oleh supporter bonek pada saat berkomentar di platform Instagram.

## **Metode Penelitian**

Pada penelitian ini yang akan digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif secara naturalistik atau pada kondisi yang alamiah. Jenis penelitian ini menggunakan analisis etnografi virtual dengan teori *Parcypatory Media Culture* yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pola kebudayaan dari suatu kelompok tertentu dengan kacamata virtual lalu dijumpai saat memberikan interpretasi didalamnya dan bagaimana melihat suatu fenomena social dan kultur pengguna pada ruang siber. Jenis data pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu primer dengan wawancara admin akun @officialpersebaya dibantu dengan subjeknya memakai foto dan video postingan instagram @officialpersebaya, sebagaimana objek penelitiannya adalah konflik yang sedang terjadi saat tragedi kanjuruhan sedangkan untuk sekunder dengan literatur tentang fanatisme, sepakbola, etnografi virtual dan instagram. Pengumpulan data dalam etnografi virtual sebagaimana proses pengumpulan di lapangan dalam etnografi klasik diperoleh etnografer dengan melakukan observasi, kemudian melakukan tanya jawab atau wawancara dengan anggota komunitas (Rulli 2022). Melalui penelitiannya Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (Miles dan Huberman, 2007:20), yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Keabsahan data yang digunakan peneliti pada kesempatan kali ini adalah triangulasi sumber data dengan membandingkan dan mengecek ulang suatu informasi seperti wawancara yang diperoleh dari sumber yang berbeda dengan dokumen yang ada pada peneliti.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hal yang sudah diteliti berupa data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan pisau analisis Etnografi Virtual milik Jenkins. Dari penelitian ini tercipta peran Instagram @officialpersebaya tempat berinteraksi para fans dari klub persebaya tergabung menjadi beberapa bahasan oleh karena itu semuanya akan terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

### **1. Interaksi fanatisme supporter sepakbola pada akun Instagram @officialpersebaya**

Dukungan diberikan supporter melalui komentar yang ada pada setiap unggahan akun Instagram @officialpersebaya kapanpun dan dimanapun saat bertandang away maupun saat dikandang sendiri. Bentuk fanatisme supporter tersebut mengacu pada hal positif

seperti memberikan doa dan dukungan. Konsep interaktivitas inilah yang menjadikan persebaya menjadi sebesar sekarang dengan 2,3JT pengikut dengan begitu validitas fanatisme tersebut nyata terjadi dengan admin @officialpersebaya yang memfasilitasi berbagai bentuk dukungan bonek dan bonita terhadap klub yang mereka banggakan. Loyalitas tersebut ditunjukkan oleh bonek dan bonita dengan tindak perilaku mereka ke kehidupan sehari-harinya sebagai cerminan sikap seorang bonek yang positif. Label Bonek Mania adalah bukti nyata fanatisme supporter sepakbola klub persebaya ini dalam memberikan dukungannya, dengan menyebut tim persebaya bajol ijo. Bentuk interaksi para supporter inilah yang menunjukkan nilai fanatisme mereka kepada tim kebanggaan dengan sering berinteraksi secara langsung dengan akun @officialpersebaya.

## 2. Kecenderungan sentimen dalam komentar yang disampaikan supporter pada akun Instagram @officialpersebaya

Respon atau feedback berupa komentar yang ditumpahkan kepada akun @officialpersebaya oleh para pengikutnya adalah bentuk interaksi, respon tersebut dengan kata lain adalah sentimen dalam berkomentar, yang terdapat pada akun @officialpersebaya secara umum terbagi menjadi tiga jenis diantaranya:

### 1. Sentimen positif

Sentimen pertama disini adalah bentuk respon positif yang ditunjukkan oleh para bonek di akun Instagram @official persebaya yang diindikasikan sebagai kalimat pujian dan dukungan. Kesan tersebut yang ditinggalkan oleh bonek sebagai bentuk fanatisme supporter sepakbola yang dewasa.

### 2. Sentimen negatif

Sentimen kedua berupa respon kekesalan, celaan bahkan hinaan yang ditunjukkan sebagai bentuk kekecewaan pengikut akun @officialpersebaya kepada manajemen, namun sentimen ini terhitung jarang terlampir pada setiap unggahan klub persebaya.

### 3. Sentimen netral

Terakhir adalah tipikal fanatisme yang tidak ikut kedalam kedua sentimen diatas, karena biasanya berupa menanyakan informasi seputar aktivitas konten yang disediakan oleh @officialpersebaya pada laman instagramnya.

Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa interaktivitas fanatisme pada akun @officialpersebaya ada beberapa unggahan mengenai bentuk fanatisme supporter sepakbola pada klub persebaya, dimana peran Instagram persebaya menjadi penting karena memberikan wadah atau tempat untuk para bonek dan bonita berkomentar. Dengan begitu jenis budaya terbentuk secara alamiah karena setiap akun pengikut memiliki perannya masing-masing dengan berbagai latar belakang. Interaksi tersebut makin menjadi tren positif, dapat dilihat ketika konsumen dan produsen memiliki peran interaksinya sendiri dalam kurun waktu yang sama, artinya teori *Participatory Media Culture* berjalan secara valid ketika setiap pengguna bisa berpartisipasi menanggapi isi media dan menciptakan komoditas budaya dengan menguraikan dan memaknai setiap pesan yang

terdapat pada media yang dimaksud “unggah konten” sebagai bentuk kreatif kesayangan mereka terhadap persebaya.

## Penutup

Kesimpulan yang dapat disampaikan oleh peneliti bahwa @officialpersebaya menggunakan Instagram sebagai platform berinteraksi dan mengakomodir kedekatan dengan para pengikutnya yaitu bonek dan bonita. Hal tersebut terlihat ketika akun Instagram @officialpersebaya berbagi foto dan video dengan dibantu fitur dari Instagram, dalam setiap unggahannya menggunakan caption atau keterangan yang berisikan informasi terkini yang dialami oleh club persebaya Surabaya. Diikuti oleh bonek dan bonita yang turut serta dalam berkomentar yang menciptakan interaksi langsung dengan manajemen club melalui akun @officialpersebaya, hal ini menimbulkan interaksi yang tinggi ditandai dengan banyaknya jumlah like serta komentar yang diberikan oleh komunitas virtual dari supporter persebaya. Kecenderungan sentimen ini muncul ketika supporter berkomentar pada akun Instagram @officialpersebaya, dan peneliti membaginya menjadi 3 jenis sentimen yaitu positif, negatif, terakhir adalah netral. Namun justru dari ketiganya mayoritas sentiment mengarah ke hal yang positif, melihat dari respon yang diberikan tetap dalam koridor dan tidak merugikan orang lain serta doa doa yang diberikan oleh supporter bonek kepada Klub Persebaya. Hal tersebut yang dilihat dan dinilai oleh peneliti sebagai gambaran baru dalam pengembangan penelitian mengenai etnografi virtual bagi penelitian selanjutnya, dengan adanya hal tersebut menjadikan penelitian mengenai fanatisme supporter sepakbola yang ada pada akun @officialpersebaya menjadi acuan dan sudut pandang baru dalam membangun interaktivitas jangkauan kepada para pecinta sepakbola dengan membagikan konten atau aktivitas yang nantinya akan mendapatkan *feedback* yang bersifat positif, negatif atau bahkan netral.

## Daftar Pustaka

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual sebagai teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2, 130–145.
- Ramadhan, M. S. (2016). *ANALISIS SUPORTER SEPAKBOLA “BONEK” DI KOTA SURABAYA*. Universitas Negeri Surabaya.
- Sugihartati, R. (2017). *Budaya populer dan subkultur anak muda: Antara resistensi dan hegemoni kapitalisme di era digital*. Airlangga University Press.
- Mubina, M. F. dkk. (2020). Fanatisme dan Ekspresi Simbolik Suporter Sepak Bola Panser Biru dan SNEX Semarang: Kajian Etnografis. *Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2), 217–226.
- Fathurrahman, M. (2019). *Fanatisme Suporter Sepak Bola Indonesia Perspektif Perilaku kolektif (Studi Kasus Tim Sepak Bola Persija Jakarta Korwil Rempoa Jakarta Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah