

BAB 1

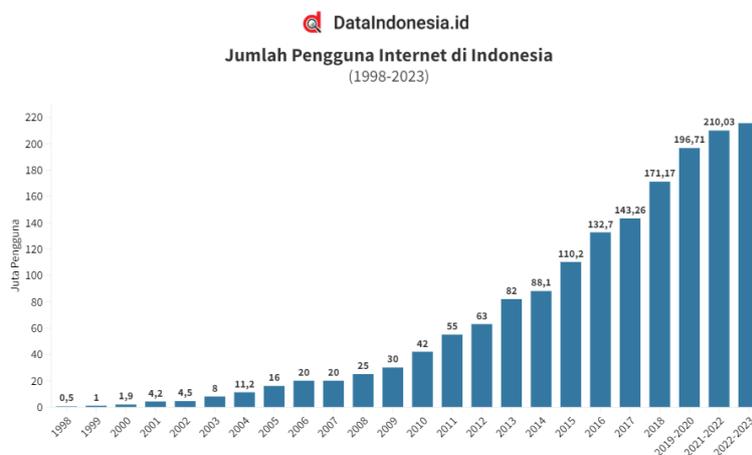
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin maju dan semakin pesat. Bisa dibayangkan, kita sudah hidup di era teknologi. Berbeda dengan jaman dulu yang hanya mengandalkan telepon melalui *wartel*. Maka dari itu, *gadget* juga harus berubah mengikuti arus jika tidak ingin mengalami kegagalan di era teknologi ini. Peningkatan yang pesat pada penggunaan teknologi di satu dekade terakhir ini (Barlett dkk., 2016) telah menciptakan suatu era digital yang setiap orang dapat berkomunikasi antara satu sama lain dengan tanpa hambatan. Hal tersebut tentu diimbangi dengan perkembangan teknologi yang semakin matang (Hoffman dkk., 2021) guna memenuhi kebutuhan banyak orang yang menginginkan berbagai hal untuk menjadi lebih mudah dan cepat. Tuntutan tersebut akhirnya menciptakan sebuah dunia virtual berbasis teknologi internet yang mampu memberikan rasa pelarian dari dunia nyata bagi para penggunanya. Hal tersebut diduga merupakan salah satu dari daya tarik dari penggunaan teknologi dan internet (Yee, 2006 dalam Zimmerman & Ybarra, 2016).

Media sosial adalah media *online* yang membantu individu dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi. Selain itu, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk berbisnis dan bisa membentuk komunitas yang bisa digunakan untuk menyalurkan hobi. Tidak sedikit komunitas ini diawali dari komunitas kecil dan diawali dari dunia maya, bahkan gerakan aksi solidaritas atau aktivis dan

sebagainya saat ini banyak yang berawal dari dunia maya atau media sosial ini (Aspari, 2016:11). Media sosial ini bisa membuat perubahan diri pada seseorang seperti pada kepribadian, tingkat kreativitas seseorang, mempengaruhi kecerdasan, dan bagaimana bersosialisasi. Selain manfaat positif dari media sosial ini, media sosial juga sering dianggap sebagai penyebab perilaku asosial oleh penggunanya (Surya, 2014). Internet adalah media komunikatif yang memiliki karakteristik interaktif, yang dimana biasanya penggunanya seolah-olah berkomunikasi tatap muka secara langsung sebagaimana terjadi di dunia nyata, walaupun hal tersebut terjadi di dunia maya. Selain itu, pengguna terkadang bisa salah dalam menangkap emosi atau perasaan orang lain ketika melakukan percakapan secara *online*.



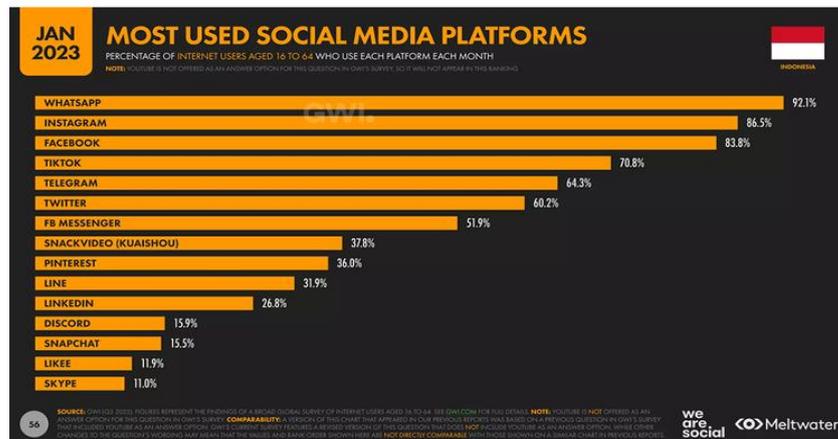
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber: DataIndonesia.id)

Pengguna Internet di Indonesia menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022-2023 sekitar 215,63 juta orang. Data ini menunjukkan bahwa pengguna internet meningkat sekitar 2,67% dibanding

periode sebelumnya yaitu sekitar 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna ini setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Presentasi ini naik sebanyak 1,17% poin dibanding pada tahun 2021-2022 yang hanya sebesar 77,02%.

Seiring perkembangan *smartphone* ini juga diikuti dengan perkembangan media sosial. Rata-rata semuanya dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial. Para *user smartphone* ini juga bisa menciptakan karya yang biasanya akan diunggah di salah satu media sosial seperti di Youtube yang akan dinikmati dan bisa membawa manfaat bagi penonton. Pengguna sosial media di Indonesia sendiri bisa dikatakan sangat banyak, menurut Datareportel (2023), ada 167 juta pengguna sosial media di Indonesia pada tahun 2023. Ada beberapa aplikasi media sosial yang sering diminati masyarakat yaitu Youtube sebesar 139 Juta, adapun facebook sebesar 120 Juta, Instagram sebesar 89 Juta, TikTok sebesar 109 Juta, dan Twitter sebesar 24 Juta (Datareportel, 2023).



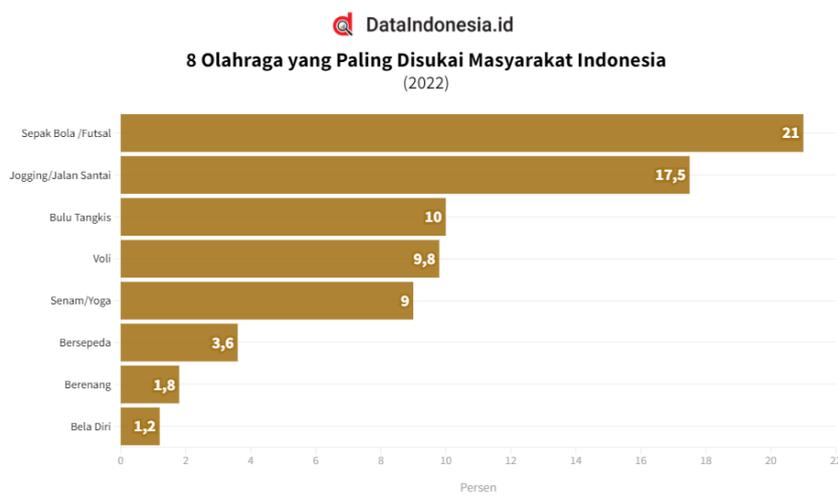
Gambar 1. 2 Media sosial yang sering digunakan

(Sumber: Wearesocial.com)

Salah satu sosial media terbesar di Indonesia sendiri adalah Instagram. Sebelum diakuisisi oleh Facebook, Instagram adalah sosial media terpopuler di era 2015-an hingga saat ini. Instagram sendiri adalah salah satu media sosial untuk membagikan momen seperti foto dan video. Tetapi, pada saat ini Instagram sudah menjadi berkembang dan memiliki banyak fitur seperti *instastory*, *direct message*, *IGTV*, *Reels*, dll. Komunikasi antar sesama pengguna instagram dapat terjalin dengan adanya fitur memberikan tanda suka ataupun berinteraksi dengan komentar pada foto orang lain yang diunggah pada instagram tersebut (Nabila, 2016).

Sosial media instagram juga memberikan dampak positif dan negatif pada seseorang. Penggunaan instagram sendiri dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Positifnya instagram bisa menjadi wadah untuk yang bisa menghasilkan karya, memberikan informasi melalui postingan, berkreasi dengan video, membagikan informasi keseharian mereka melalui *instagram story*, dan sebagai media promosi suatu akun atau barang. Instagram sendiri bisa dikatakan sebagai

sosial media yang digunakan untuk berkompetisi dalam hal gaya hidup. Gaya hidup beberapa remaja saat ini ingin mendapatkan pengakuan dari dunia maya dibanding dunia nyata. Banyak dari mereka hanya memposting video atau foto demi sebuah *like* dan komentar dari orang lain di media sosial (Nurul, 2019).



Gambar 1. 3 Olahraga yang Paling Disukai Masyarakat Indonesia

(Sumber: DataIndonesia.id)

Di Indonesia sendiri banyak klub sepak bola yang memiliki suporter bisa dibilang cukup besar. Suporter-suporter tersebut biasanya membentuk suatu perkumpulan atau bisa disebut dengan *fanbase* yang akhirnya bisa terorganisir dan membentuk klub suporter seperti The Jak Suporter dari Persija Jakarta, Bonek dari suporter Persebaya Surabaya, Viking Suporter Persib Bandung, dan masih banyak lagi. Indonesia sendiri bisa dikatakan republik suporter karena hampir seluruh klub peserta liga memiliki kelompok suporter yang bisa dikatakan fanatik. Suporter suporter ini yang dikenal dengan kefanatikan dan rasa cinta terhadap klubnya, fanatisme bisa muncul karena rasa cinta yang mereka miliki terhadap klub sepak bola kebanggaannya. Olahraga sepakbola saat ini merupakan yang paling diminati.

Hampir semua orang mengenal sepakbola, meskipun mungkin tidak minat. Baik sebagai pemain maupun penonton, banyak yang menikmatinya. Sepakbola dianggap sebagai olahraga yang populer di semua kalangan masyarakat. Dukungan teknologi dan perkembangan zaman telah meningkatkan popularitas sepakbola, menarik minat banyak penggemar baru. Tidak hanya sekadar minat, sepakbola kini telah menjadi suatu bentuk fanatisme. Sepak bola juga berkembang menjadi industri yang sudah mencakup hiburan, wisata, gaya hidup, dan budaya. Di Indonesia sendiri sepak bola juga menjadi budaya populer yang dinamis dan mengaitkan emosi dari para penggemarnya. Emosi inilah yang membentuk ikatan dan terpolarisasi menjadi fans. Ikatan penggemar ini membentuk budaya baru dan cepat atas kesamaan suka sepak bola, namun fenomena ini bersifat masif dan fanatik. Fanatisme fans dalam konteks sepak bola bisa melebihi keyakinan terkait religiusitas (Syahputra, 2016:206).

Chaplin (2008) menjelaskan bahwa kata 'support' memiliki dua kata penting yaitu pertama untuk membantu memenuhi kebutuhan orang dan yang kedua memberikan dorongan atau stimulus agar orang tersebut bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya. Pada lingkup olahraga yaitu sepak bola, para suporter biasanya erat kaitannya dengan pemain dan bisa menjadi faktor untuk mencari kemenangan, mereka juga mendukung pemain yang dilandasi dengan perasaan cinta dan fanatisme yang bisa dikatakan berlebih terhadap tim kebanggaannya (Coakley, 2001). Tidak jarang pula adanya suporter di dalam stadion juga memunculkan berbagai macam simbol dengan aksi-aksi mereka seperti membentuk koreografi, menyanyikan chant, atribut yang dikenakan, mengupload pertandingan dan lain

sebagainya. Suporter bisa membuat pertandingan menjadi lebih berkesan dan dinamis bahkan tak jarang keberadaan suporter justru lebih menonjol dan menarik perhatian daripada pertandingan sepak bola itu sendiri.

Munculnya fenomena suporter pada dasarnya di pelopori oleh negara yang ada di benua Eropa. Suporter-suporter ini dikenal dengan julukannya masing-masing antara lain *Ultras* (suporter Italia), *Roligan* (Denmark), dan *Tartan Army* (Scotland). Maka sudah menjadi hal wajar jika setiap klub di dunia memiliki komunitas atau kelompok sendiri. Awal dari adanya suporter di Indonesia terbentuk pada era kompetisi sepak bola Galatama (profesional) dan perserikatan (amatir) maupun Liga Indonesia sehingga menimbulkan beberapa komunitas atau suporter dengan berbagai kostum, atribut, dan kostum (A. Lucky & Setyowati, 2013).

Suporter yang ada di Indonesia sendiri sudah mengadopsi istilah perilaku dari suporter yang berasal dari benua Eropa. Istilah *holigan* dan *ultras* mulai menjamur di kalangan suporter Indonesia. Dengan menyebut diri mereka holigan, mereka ingin menunjukkan bahwa mereka loyal dan suportif terhadap klub layaknya holigan di Inggris. Beberapa kelompok suporter Indonesia juga mereka sebagai *Ultras*, pengen menirukan perilaku *Ultras*, terutama *Ultras* Italia. Indonesia juga sudah sangat banyak komunitas-komunitas fans klub sepak bola. Komunitas suporter sepak bola digunakan untuk wadah bagi suporter untuk klub yang mereka dukung. Sebagai penggemar sepak bola juga dapat menemukan banyak komunitas suporter bola di Indonesia dengan memiliki fanatisme yang tinggi dengan identitas budaya menjadi seorang pendukung sepak bola.

Dalam konteks budaya, sepakbola memiliki daya tarik yang mampu menggerakkan banyak orang dan mempengaruhi kehidupan masyarakat luas. Salah satu aspek yang timbul dalam realitas sepakbola adalah para pendukung (Lucky & Setyowati, 2015:182). Banyak penggemar sepakbola yang mengidentifikasi diri mereka sebagai pendukung suatu tim atau yang sering disebut suporter. Istilah 'suporter', yang pada dasarnya berarti memberikan dukungan, dapat diinterpretasikan lebih umum sebagai individu atau kelompok orang yang memberikan dukungan kepada salah satu pihak dalam suatu pertandingan. Di tingkat nasional, kita mengenal berbagai kelompok yang terdiri dari individu-individu yang teridentifikasi sebagai bagian dari barisan pendukung tim sepakbola. Menurut Su'udi (2006:94), "setiap klub, bahkan yang berada di level terendah sekalipun, pasti memiliki penggemar fanatik karena ada ikatan dengan wilayah, keluarga, golongan, atau simpati terhadap para pemain". Hal yang sama berlaku untuk klub-klub di Indonesia yang jumlahnya mencapai ratusan lebih, namun tetap memiliki pendukung fanatik.

Rizkita (2012) dalam jurnal tentang Fanatisme dan Agresivitas Suporter Sepakbola mengungkapkan bahwa fanatisme adalah pandangan atau tindakan yang menunjukkan minat yang berlebihan terhadap suatu hal. Seseorang yang fanatik sulit untuk mengubah pola pikirnya dan cenderung tidak dapat memahami perspektif yang berbeda. Mereka biasanya kurang memahami hal-hal di luar pandangan mereka sendiri dan kesulitan memahami sudut pandang dan masalah orang lain atau kelompok, baik itu benar atau salah (Hapsari dan Wibowo, 2015:53).

Kehadiran sepakbola telah menjadi bagian integral dalam masyarakat, membentuk antusiasme dan loyalitas yang besar. Dimanapun ada pertandingan sepakbola, pasti ada para pendukung. Sepakbola telah mengubah kegiatan rutin menjadi sesuatu yang istimewa, tidak mengenal usia, muda atau tua, bahkan anak-anak pun memiliki klub kesukaan mereka. Di seluruh tempat, terlihat berbagai hiasan bendera dan mural dengan warna-warna klub favorit, menjadi simbol dan identitas para penggemar. Pendukung sepakbola dikenal dengan berbagai julukan seperti ultras, hooligans, mania, dan lain-lain. Salah satunya adalah Bonek, sebuah kelompok pendukung fanatik dari Surabaya. Mereka dikenal sangat fanatik, setia, dan loyal dalam mendukung tim kesayangan mereka, Persebaya Surabaya. Bonek adalah pelopor gerakan tret-tet-tet menuju Senayan, Jakarta, pada era Green Force Persebaya Divisi Utama PSSI Perserikatan 1986/1987.

Saat itu, belum ada kelompok pendukung lain yang mengiringi tim kesayangan mereka dengan gerakan yang terorganisir saat memasuki babak Enam Besar Divisi Utama Perserikatan. Hanya Bonek yang bergerak ke Senayan mengenakan seragam hijau dengan gambar atau logo orang berteriak penuh semangat dan keberanian. Salah satu kelompok di masyarakat yang cukup besar adalah GreenNord'27. Kelompok pendukung Persebaya Surabaya ini terdiri dari anggota yang berasal dari Surabaya dan luar Surabaya, terlihat kompak dan memiliki rasa kekeluargaan yang kuat. Kegiatan yang mereka lakukan juga terlihat nyata dan dapat memperkuat rasa solidaritas dalam kelompok, bahkan dapat membantu meningkatkan citra buruk Bonek di mata masyarakat. Di dalam tubuh GreenNord'27, terdapat moto yang dipegang teguh hingga saat ini, yaitu "No leader

just together,” yang berarti bahwa komunitas GreenNord’27 sangat menghargai nilai kebersamaan di antara semua anggotanya, sehingga menjadikan komunitas ini selalu kompak dan solid, baik saat Persebaya Surabaya bertanding atau tidak. Perubahan besar yang terjadi pada Bonek berdampak pada reputasi yang semakin baik dan pengenalan oleh masyarakat. Hal ini membuat orang awam yang sebelumnya tidak tertarik pada Persebaya, kini menjadi suka bahkan ingin menjadi Bagian dari Bonek agar dapat mendukung Persebaya. Perubahan yang dilakukan oleh Bonek ini terjadi seiring dengan perubahan pola pikir yang sesuai dengan perkembangan zaman. Bagi Bonek, perubahan yang telah mereka mulai sampaikan dan lakukan harus tetap dijaga dan dipertahankan.

Masifnya pergerakan suporter dalam mendukung klub sepak bola bisa menimbulkan sikap fanatisme yang berlebih. Fanatisme juga memiliki dampak besar sehingga mempengaruhi sikap hidup seseorang atau sebuah kelompok tersebut. Fanatisme menurut Giulianiotti (dalam Lucky dan Setyowati, 2013: 189) menjelaskan bahwa fanatisme adalah sesuatu yang dipercaya dengan memberikan kecintaan dan semangat hidup lebih bagi orang atau kelompok. Bentuk fanatisme di suporter Indonesia bisa membuat kelompok tersebut salah dalam menginterpretasikan kecintaan kepada klub dengan bentuk tindakan yang sadis, ambisius, anarkis bahkan mematikan.

Fanatisme merujuk pada keyakinan yang membuat seseorang menjadi buta terhadap segala hal dan bersedia melakukan apapun untuk mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, 2001). Fanatisme dijelaskan sebagai tingkat

antusiasme (enthusiasm) dan kesetiaan (devotion) yang berlebihan atau ekstrem. Enthusiasm dalam konteks ini mengacu pada tingkat keterlibatan, minat, atau kepedulian yang tinggi terhadap objek fanatik, sementara "*devotion*" menunjukkan ikatan emosional, cinta, komitmen, dan adanya tindakan aktif (Nugraini, 2016). Berdasarkan pengertian fanatisme oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa fanatisme melibatkan keyakinan yang berlebihan terhadap suatu objek yang sering kali dikaitkan dengan sikap yang berlebihan. Hal ini ditunjukkan oleh antusiasme yang ekstrem, keterikatan emosional dan kasih sayang yang berlebihan, yang berlangsung dalam jangka waktu yang lama.

Fanatisme terhadap tim mengakibatkan suporter merasa bahwa tim favorit mereka adalah yang terbaik. Oleh karena itu, ketika tim kesayangan mengalami kekalahan, mereka merasa tidak puas dan hal ini dapat memicu perilaku agresif. Keyakinan ini membawa kekecewaan dan protes jika tim favorit mereka kebobolan, mengalami kekalahan, dirugikan oleh wasit, atau gagal melanjutkan di kompetisi. Jika suporter merasa kecewa, mereka cenderung membentuk prasangka terhadap penyebab kekecewaan tersebut, bahkan bisa berujung pada tindakan agresif.

Ketika mereka menonton pertandingan bersama-sama, suporter duduk di depan layar proyektor yang menayangkan pertandingan. Beberapa di antaranya menabuh drum, mengangkat tangan, bernyanyi, dan berteriak semangat seolah-olah mereka berada di stadion. Namun, ketika tim kesayangan kebobolan, mereka bisa mengeluarkan ekspresi negatif seperti mengumpat atau melempar objek di sekitar. Bahkan, terkadang situasi semakin memanas ketika terdapat provokasi dari suporter

tim lawan, baik melalui media sosial maupun di lingkungan sekitar, yang dapat menyebabkan konflik.

Fanatisme dari Persebaya Surabaya ini bisa kita lihat dari komentar yang ada di komentar @GreenNord.27 dari postingan tanggal 17 September 2023 yang postingan tersebut menjelaskan tentang Persebaya Surabaya yang tidak bisa bermain di *Home Base* mereka yaitu di Gelora Bung Tomo di tanggal 23 September dan postingan tersebut berisi ajakan akan melawan aturan karena akan dipakai untuk Piala Dunia U-17. Beberapa Suporter yang tidak setuju dapat kita lihat dari komentar akun dari @fariddwifanani yang berkomentar “*Sumeti flare ae pas pildun ben tambah meriyah*”. @bonekjakarta.official juga berkomentar “*Piala dunia sementara, Persebaya Selamanya!*”. @bobby_gn17 memberikan komentar “*Lawan atau kosongan GBT saat pildun*”. Dari beberapa komentar suporter Persebaya Surabaya ini menjelaskan bahwa mereka sangat ingin mendukung Persebaya Surabaya untuk main di *Home Base* mereka sendiri dan dari akun @GreenNord.27 juga memberikan ajakan untuk para bonek agar mengosongkan Gelora Bung Tomo atau melawan aturan dengan cara yang anarkis seperti melempar *flare* pada saat piala dunia. Di komentar postingan tersebut banyak bonek yang setuju akan ajakan untuk mengosongkan Gelora Bung Tomo dan ajakan untuk “rapat barisan” yang artinya akan kompak dan solid di setiap ada pergerakan yang diadakan oleh @GreenNord27. Ini adalah bukti bahwa fanatisme dari bonek tidak main-main dan selalu membela timnya sendiri daripada Gelora Bung Tomo yang tidak bisa dipakai oleh Persebaya Surabaya sendiri dan bonek sendiri bisa saja tidak mendukung timnas u-17 yang sedang berlaga di Gelora Bung Tomo.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana bentuk dan faktor fanatisme fans Persebaya Surabaya dalam mendukung sepak bola di sosial media Instagram @GreenNord.27 dengan subjek yaitu penggemar fans dari Persebaya Surabaya yaitu bonek. Kriteria dari subjek ini adalah pria yang berusia 20-25 tahun yang memiliki Instagram dengan mengikuti akun @GreenNord.27. Berdasarkan riset yang peneliti lakukan, saat ini penelitian tentang fanatisme terhadap klub sepak bola masih belum banyak dibahas. Berkaitan dengan fanatisme yang masih banyak diteliti adalah fanatisme fans *K-pop* yang membela idolanya dan akibat dari fanatisme yang menyebabkan *impulsive buying*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk-bentuk dan faktor-faktor fanatisme pendukung Persebaya Surabaya yang tercermin dan diungkapkan melalui media sosial Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian adalah mengetahui bentuk-bentuk dan faktor-faktor fanatisme dari pendukung Persebaya Surabaya di media sosial Instagram dan akun Insagram @GreenNord.27 sebagai wadah para bonek untuk mendapat informasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang dipaparkan, dapat diambil manfaat dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi Ilmu Komunikasi terutama terkait fanatisme. Selain itu, penelitian diharapkan bisa menjadi acuan penelitian selanjutnya, terutama dalam studi yang berfokus pada fanatisme fans sepak bola.

2. Secara Praksis

1. Bagi pembaca, hasil penelitian yang didapat dari penelitian dapat digunakan untuk materi kajian tertulis, pengetahuan baru, dan sumber informasi.
2. Untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dapat menjadi bahan informasi bagi masyarakat tidak menjadi penggemar fanatis yang berperilaku agresif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan fanatisme dan fenomenologi yang telah dilakukan sebelumnya untuk dijadikan acuan. Peneliti juga menggunakan konsep teori dan permasalahan yang juga berkaitan dengan penelitian terdahulu yang diangkat dari segi teori dan konsep. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang peneliti gunakan untuk dijadikan sebagai referensi:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Priharjanto, Naryoso, & Nugroho, (2021) yang meneliti tentang “Negosiasi Konflik Berlatar Belakang Fanatisme Suporter Bola (Studi Kasus pada Kelompok Suporter Panser Biru dan Snex). Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana fanatisme bisa menyebabkan konflik antar suporter yang bisa menyebabkan bentrokan fisik dan korban. Penelitian ini juga menganalisis bagaimana dua kelompok suporter yang bisa mendukung panji PSIS Semarang dapat berdamai. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dengan pendekatan fenomenologi dan triangulasi sebagai bentuk verifikasi data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa konflik juga muncul karena kedua kelompok ingin menunjukkan kecintaannya pada PSIS Semarang. Konflik ini membuat pendukung lupa akan tujuan untuk mendukung PSIS Semarang. Salah satu cara untuk berdamai adalah dengan menggunakan cara negosiasi dan menemukan kalangan manajemen PSIS untuk menemukan kesepakatan perdamaian antara kedua kubu suporter