

**POLA KOMUNIKASI DALAM BENTUK FANATISME DI MEDIA
SOSIAL TWITTER (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA
PENGIKUT AKUN @AIS_BDG DI BANDUNG)**

***COMMUNICATION PATTERN IN FANATICISM FORM ON SOCIAL
MEDIA TWITTER (VIRTUAL ETHNOGRAPHY STUDY ON
FOLLOWERS OF @AIS_BDG ACCOUNT IN BANDUNG)***

**Dian Nurdiansyah¹, Rannie Dyah Khatamisari Rachaju², Dina
Alamianti³**

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Komunikasi Dalam Bentuk Fanatisme Pengikut Akun Twitter @AIS_BDG Di Media Sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan paradigma penelitian konstruktivisme, dan pendekatan penelitian studi etnografi virtual. Objek penelitian adalah pengikut akun twitter @AIS_BDG yang ditentukan secara purposive berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan peran serta terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, dan studi literatur lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam komunikasi di media sosial twitter pengikut akun @AIS_BDG melakukan pola komunikasi sirkular dimana interaktivitas dilakukan oleh mereka. Perilaku komunikasi fanatisme yang ditunjukkan adalah dengan mencari informasi, berkomentar dan berdiskusi, maupun membagikan ulang informasi. Selain menunjukkan perilaku fanatisme di media sosial mereka juga menunjukkan perilaku fanatisme di dunia nyata dengan mengikuti kegiatan komunitas AIS Bandung.

Kata Kunci: Interaktivitas, Media Sosial, Fanatisme

ABSTRACT

This research aim to determine the Communication Patterns in Fanaticism Form on Twitter of @AIS_BDG Account Followers. This research used qualitative methods, with a constructivist paradigm, and a virtual ethnography study as its approach. The object of this research were a followers of @AIS_BDG twitter account which was determined purposively based on researcher considerations with specific objectives. The data collection process was carried out through indepth interviews and participation observatron, while supporting data were obtained through documentation of previous research, and other literatures.

The results concludes that in communication on twitter, especially on the @AIS_BDG account, the followers carried out a circular communication pattern where interactivity was carried out. Fanaticism behaviour shown by searching for information, communicating and discussing, and redistributing information. Not only showing fanaticism on social media, they also showed their fanaticism in real life by following the activities of the AIS Bandung community.

Keywords: *Interactivity, Social Media, Fanaticism*

1. Pendahuluan

Salah satu media sosial yang populer saat ini adalah Twitter. Media sosial ini dibuat di San Fransisco ini oleh perusahaan layanan telekomunikasi kecil bernama Twtr Debuted. Proyek pembuatan Twitter dimulai pada bulan Maret 2006, dan di tahun 2013 Twitter telah mencatat 200 juta pengguna lebih di seluruh dunia dan telah memberikan dampak langsung bagi dunia bisnis, politik, dan media (Bilton, 2013:2).

Arsenal Indonesia Supporters atau lebih dikenal dengan sebutan AIS adalah kelompok atau komunitas penggemar Arsenal di Indonesia. AIS Regional Bandung aktif di media sosial salah satunya adalah media sosial Twitter dengan nama akun @AIS_BDG. Berbagai interaksi komunikasi yang dilakukan di dunia maya maupun kegiatan yang aktif di dunia nyata untuk berkumpul dalam kegiatan *offline* sedikit menggambarkan bahwa penggemar Arsenal di Indonesia atau khususnya di kota Bandung cukup fanatik.

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah “Bagaimana Pola Komunikasi Dalam Bentuk Fanatisme Di Media Sosial Twitter” (Studi Etnografi Vitual Pada Pengikut Akun @AIS_BDG di Bandung).

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk menghasilkan diskusi yang berdampak positif dan indikator bagaimana memanfaatkan komunikasi di media sosial khususnya twitter dalam membentuk suatu fanatisme terhadap suatu objek.

2. Metode Penelitian

Karakter dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini dibangun dengan interaksi antarpengguna yang terjadi di dunia virtual. Interaktivitas yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari, saling memberi apresiasi, ataupun saling berbagi (Nasrullah, 2015:25).

Interaktivitas juga didefinisikan sebagai derajat dimana partisipan dalam suatu proses komunikasi saling mengontrol dan bertukar peran dalam suatu perbincangan (Lievrouw, 2014:207)

Media massa telah mengalami evolusi, dari yang awalnya hanya satu arah kini menjadi dua arah atau bahkan lebih kompleks. Oleh karena itu, kita membutuhkan teori media budaya sosial untuk bisa menyelesaikan permasalahan yang ada. Media baru tidak hanya memfokuskan pada jenis media baru, berita online, forum diskusi tetapi juga melihat akibat dari adanya fitur-fitur yang ada pada media baru (McQuail, 2011:148).

Dalam teori media baru terdapat dua pandangan, pertama yaitu pendekatan interaksi sosial, pandangan kedua yaitu pandangan integrasi sosial. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan individu dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi rasa saling memiliki (McQuail, 2011:149).

Istilah yang digunakan untuk bentuk komunikasi seperti disebut komunikasi termediasi komputer atau *computer mediated communication*

(CMC). Istilah yang menunjukkan bagaimana komunikasi terjadi dengan teknologi komputer sebagai perantara (Nasrullah, 2015:73).

Internet sebagai artefak budaya memberikan pemahaman bahwa internet didenotasikan sebagai seperangkat komputer yang memungkinkan penggunaannya melakukan interaksi. Selain itu, internet juga merupakan fenomena sosial, baik melalui pembacaan sejarah perkembangan internet maupun kbermaknaan dan kebergunaan internet (Nasrullah, 2015:79).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif menurut Creswell (2002: 19) adalah proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam proses CMC terjadi bentuk interaksi individu dengan komputer. Hal ini tidak dapat terlepas dari komunikasi yang membutuhkan adanya suatu sistem untuk menjadi sarana dalam mendukung terjadinya komunikasi. Penggemar Arsenal pengikut akun @AIS_BDG dapat berdiskusi dan bertukar pikiran pada halaman twitter. Topik yang menjadi perbincangan adalah topik-topik seputar Arsenal dan kegiatan AIS Bandung.

Para penggemar bertukar pesan melalui fitur-fitur yang terdapat pada media sosial twitter. Dimana terjadi interaksi antara pengguna satu dengan

pengguna lain dalam suatu komunikasi yang berlangsung pada media baru. Penggemar Arsenal pengikut akun @AIS_BDG melakukan interaksi dengan dokumen-dokumen yang ada pada halaman twitter @AIS_BDG. Interaksi ini dapat terjadi dengan dokumen seperti twit, gambar atau video dan juga pembuat konten. Penggemar memberikan arti pada dokumen yang ada dan menggunakannya sesuai dengan kebutuhan.

4. Kesimpulan dan Saran

Bentuk interaksi *user to system* seperti membuka akun @AIS_BDG, atau *user to user* seperti saat berkomentar dan berdiskusi dengan pengguna lain, maupun *user to documents* seperti *retweet, share, save* gambar dan *postingan* di media sosial twitter merupakan bentuk dari wujud Interaktivitas yang dilakukan oleh penggemar Arsenal pengikut akun @AIS_BDG.

Sebagai sebuah komunitas supporter hendaknya AIS Bandung mampu mendukung mewujudkan harapan dari anggotanya untuk memberikan informasi yang lebih cepat dan lebih aktif menginformasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Hal ini guna menunjang fanatisme yang dimiliki oleh sebagian besar anggota dari komunitas AIS Bandung itu sendiri. Selain itu, para penggemar Arsenal anggota komunitas AIS Bandung diharapkan mampu mengajak penggemar Arsenal lain dengan cara mempromosikan komunitasnya baik itu secara langsung atau melalui media sosial agar yang belum tergabung dengan komunitas untuk ikut

bergabung agar komunitas AIS Bandung menjadi lebih hidup.

5. Daftar Pustaka

Daftar Buku

Ardianto, Elvinaro. 2012. *Metode Penelitian Public Relations*. Bandung: Simbiosia

Ardianto, Elvinaro, B. Q-Anees. 2011. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosia

Bilton, Nike. 2013. *Hatching Twitter: A True Story of Money, Power, Friendship, and Betrayal*, New York: Penguin Group LLC

Bungin, H. M. Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenama Media

Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT. Mandar Maju

Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Hine, Christine. 2011. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication Ltd

Kertajaya, Hermawan. 2008. *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Kuswarno, Engkus. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi, Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran

Lievrouw, L.A., S. M. Livingstone. 2014. *Handbook of New Media: Student Edition*. London: Sage Publications

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika

Moleong, Lexy J., 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosia

Nasrullah, Rulli. 2017. *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi di Internet)*. Bandung: Simbiosia

Severin, Werner J, James W. Tankard. Jr. 2001. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada

Soar, Phil & Tyler Martin. 2005. *The Official Illustrated History of Arsenal 1886-2006*. London: Hamlyn

Jurnal

Arif, Moch Chairul,. 2012. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.2, *Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual*, hal 166-179. Diakses dari Jurnal Ikom UIN Surabaya

Boer, Kheyene Molekandella. 2013. Jurnal Ilmu Komunikasi. *Interaktivitas Sebagai Strategi Mediated Communication Pada Fans Pages Starbucks Coffee Indonesia*, hal 113-128. Diakses dari Jurnal Terbuka Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Lucky, Novie dan Nanik Setyowati. 2013. Jurnal Kewarganegaraan, *Fenomena Perilaku Fanatisme Suporter Sepakbola*, hal 180-195. Diakses dari Jurnal Universitas Negeri Surabaya

Nasution, Febrian Fajrin. 2017. Skripsi, *Suporter Sepakbola (Studi Etnografi Mengenai Fanatisme Suporter Di Kota Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Nugraha, dkk, Aditya,. 2015. Jurnal Socioteknologi, *Fenomena Meme di Media Sosial*. Diakses dari Jurnal Fakultas

Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Seregina, A.. 2011. Jurnal Marketing, *Fanaticism-Its Development and Meanings in Consumers Lives*, hal 1-106. Diakses dari Journal of Aalto University School of Economics.

Internet

"Sejarah Arsenal Indonesia"
<http://www.id-arsenal.com/ais/sejarah-arsenal-indonesia> (akses 13 April 2018)