

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persib Bandung menggunakan beberapa media demi kemudahan pengumpulan dan penyebaran informasi, antara lain website, instagram, facebook, dan twitter. Dalam hal ini peneliti meneliti salah satu media sosial yang di gunakan oleh Persib Bandung yaitu Twitter. Karena dari beberapa media sosial yang digunakan oleh Persib Bandung media sosial Twitter lah yang paling sedikit pengikutnya. Persib Bandung sebagai salah satu tim sepakbola asal Indonesia memanfaatkan Twitter sebagai media mereka untuk berinteraksi dengan para pendukungnya.

Sebagai salah satu langkah mendekati klub dengan para penggemarnya, Persib Bandung juga mengeluarkan akun resmi saat ini dengan akun @Persib. Segala kegiatan klub dapat dibagi melalui akun tersebut dengan tentunya menggunakan bahasa campuran yaitu Indonesia dan Sunda. Hal ini mengundang respon yang baik dari para pendukung Persib Bandung dengan mengikuti akun tersebut sehingga saat ini akun @Persib sudah memiliki 3.3M followers dan sudah termasuk ke dalam akun yang terverifikasi. Akun @Persib mulai aktif di Twitter pada April 2008.

Akun @Persib saat ini memiliki 3.3M followers dan saat ini sudah berada dalam status akun yang terverifikasi. Banyak informasi yang dibagi oleh akun ini diantaranya jadwal pertandingan, sejarah, ucapan ulang tahun para staff

dan pemainnya, reportase pertandingan dan bahkan kuis. Komunikasi yang dilakukan oleh akun @Persib sebagai jembatan penghubung antara klub dan juga para pendukungnya. Akun @Persib ini sudah memiliki jumlah followers yang besar mengungguli tim sepakbola Indonesia lainnya.

Tabel 1.1

Data Followers Pada Akun Twitter Sepakbola

AKUN	PENGIKUT
@Persebayaupade	246.5K
@BaliUtd	571K
@Persipura63	14.3K
@Psisfcofficial	38.8K
@Persija_jkt	2.9M
@Persib	3.3M

Sumber : Peneliti 2019

Dari data tersebut menunjukkan bahwa akun @Persib memiliki jumlah pengikut yang jauh di atas klub sepakbola lainnya.

Pada lingkup dunia maya, mengacu pada penjabaran di atas bahwa user dalam cyberspace memegang peranan penuh dalam kontrolnya termasuk dalam pembuatan komunikasi virtual dalam hal ini, sehingga akun @Persib merupakan akun virtual yang dibentuk atas dasar keinginan dari user atau pengguna yang membuat akun tersebut.

Melalui media sosial Twitter, akun ini menyebarkan konten-konten tentang informasi sebagai pendukung dari web site Persib Bandung. @Persib menjadi akun yang lebih menunjukkan informasi singkat dari hal terbaru di web

site . Seiring perkembangan media sosial Twitter sebagai media virtual Persib Bandung, pada sisi perangkat Twitter mengalami banyak perubahan atau yang dikenal dengan istilah *update*. Sehingga pada fitur dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin hari semakin berkembang. Hal ini yang dimanfaatkan oleh akun @Persib sebagai media dalam *cyberspace*. Hal yang harus dicermati adalah bahwa berkaitan dengan *cyberculture*, aktivitas komunikasi Persib Bandung dalam *cyberspace* ini sejatinya merupakan salah satu bentuk dari budaya siber atau *cyberculture*. Yang di mana bahwa setiap budaya akan menghasilkan artefak dari budaya itu sendiri. Dan hal ini pula yang berlaku dari bentuk budaya yang dihasilkan oleh Persib Bandung dari aktivitas komunikasi yang mereka lakukan dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Twitter @Persib.

Twitter merupakan salah satu bentuk kontribusi dari perkembangan internet dalam media komunikasi, melalui twitter pengguna atau user dapat melakukan komunikasi secara langsung dengan user Twitter lainnya tanpa harus bertatap muka. Komunikasi antar user ini di dalam dunia maya atau *cyberspace* pada akhirnya menjadi sebuah bagian dari budaya yang dihasilkan oleh internet atau yang disebut dengan *cyberculture*. *Cyberculture* atau budaya siber adalah praktik sosial maupun nilai – nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antar manusia – teknologi ataupun antara manusia – manusia dengan perantara teknologi, yang kemudian budaya tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet yang terbentuk di antara pengguna (Nasrullah,2015: 78).

Dalam praktiknya *cyberculture* sudah melekat pada manusia seiring dengan perkembangan dari teknologi dan internet itu sendiri, yang pada akhirnya *cyberculture* ini menghasilkan beberapa bentuk artefak dari budaya internet yang dihasilkan oleh user atau pengguna sebagai unsur komunikasi dalam dunia maya atau *cyberspace*. Salah satu bentuk artefak dari *cyberculture* atau budaya siber adalah komunitas virtual. Komunitas virtual merupakan komunitas yang berada dalam ruang siber dan setiap anggotanya kembali dan hadir di sana dalam ruang informasional yang sama (Nasrullah, 2012: 109). Secara konteks komunitas virtual dengan komunitas yang ada pada dunia secara nyata merupakan satu bentuk komunitas yang memang terbentuk atas aspek – aspek yang sama, yang berbeda dalam hal ini adalah tempat dari komunitas itu terbentuk.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Salah satu media sosial terbesar yaitu Twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan microblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering di kunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet".

Internet atau *interconnection networking* merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan suatu sistem *standar global transmission control protocol/internet protocol suite* (TCP/IP) yang digunakan sebagai protokol pertukaran paket dalam melayani miliaran pengguna yang terdapat di seluruh dunia.

Internet pun hadir sebagai alat penghubung jarak jauh yang berkembang menjembatani jarak geografis untuk membawa seseorang melintasi dunia. Teknologi internet telah memungkinkan manusia untuk mengurangi kesenjangan yang diciptakan oleh jarak dan waktu. Kehadiran internet pada dewasa ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi. Selain dari pada itu kehadiran internet mampu menggeser “budaya komunikasi” yang ada pada manusia, seolah tidak melihat jarak, melalui internet manusia dapat saling berinteraksi secara langsung walau tidak harus saling bertatap muka.

Kehadiran internet pun menjadi kekuatan tersendiri untuk komunikasi virtual diantaranya sebagai kekuatan utama dalam perkembangan media sosial sebagai media yang memediasi komunikasi yang dilakukan secara virtual atau online. Wilbur Shawn mengatakan bahwa *the characteristic of virtual is that is able to produce effect or to produce itself as an effect even in the absence of “real effect”* (Wilbur Shawn dalam Nasrullah, 2012: 20). Ruang tersebut memberikan dampak yang luas didalam kultur manusia itu sendiri sehingga segala jenis kebutuhan bisa didapatkan melalui internet seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, sampai kebutuhan untuk berkomunikasi dalam ranah sosial pun bisa terpenuhi dengan internet.

Etnografi virtual mempersoalkan dugaan yang telah ada pada orang banyak mengenai internet, menafsirkan juga menafsir ulang internet sebagai suatu metode juga media yang dipakai dalam berkomunikasi, adalah “*ethnography in, of and through the virtual*” – hubungan secara bertemu muka atau *face to face* tidak dibutuhkan (Hine dalam Nasrullah, 2017:29).

Pemilihan Etnografi Virtual sebagai lapangan studi yang memiliki konsentrasi atau fokus riset pada bagaimana mendeskripsikan dan menganalisis budaya serta bahasa sebagai artefak kebudayaan, secara sederhana bagaimana memulai pertanyaan pada pola-pola bahasa, seperti apa saja yang digunakan dalam berkomunikasi di sebuah komunitas.

Metode atau pendekatan ini merefleksikan bagaimana memandang sebuah realitas kebudayaan dengan memosisikan dirinya di luar terhadap entitas yang diteliti. Pada pendekatan ini, peneliti sekedar melaporkan apa yang tampak dan muncul dari pengamatan secara mendalam terhadap bentuk-bentuk kebudayaan yang terjadi di antara individu.

Walaupun demikian, diperlukan beberapa catatan tambahan untuk melihat fenomena yang terjadi di komunikasi termendasi. Teknologi tidak sekedar dipandang memberikan kontribusi semata, tetapi menjadi variabel entitas; manusia dan teknologi masing-masing memberikan kontribusi terhadap munculnya artefak budaya yang termediasi di internet. Teknologi tidak sekedar mendeterminasi individu, tetapi juga dipakai oleh individu dalam menciptakan realitas sosial-siber.

Komunitas virtual tidak bisa dilepaskan dari aturan dasar sebuah komunitas sebagai bentuk dari masyarakat. Aturan dasar itu adalah relasi sosial atau relasi yang ada dan dibentuk oleh setiap individu sebagai makhluk sosial.

Hal yang harus di cermati adalah bahwa berkaitan dengan *cyberculture*, aktivitas komunikasi akun @Persib dalam *cyberspace* ini sejatinya merupakan salah satu bentuk dari budaya siber atau *cyberculture*. Yang dimana bahwa setiap budaya akan menghasilkan artefak dari budaya itu sendiri. Dan hal ini pula yang berlaku dari bentuk budaya yang dihasilkan oleh akun @Persib dari aktivitas komunikasi yang mereka lakukan dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Twitter @Persib.

Berdasarkan pemaparan diatas untuk lebih dapat diuraikan seraca rinci hal-hal lainnya yang terkait dalam penelitian ini adalah, penelitian melakukan Studi Etnografi Virtual dengan judul “**Aktivitas Komunikasi Akun @Persib Pada Media Sosial Twitter**”. Alasan memilih fokus pada budaya dan sosial-siber, karena ingin mengetahui bagaimana terbentuknya komunikasi dan bagaimana cara penuturan menggunakan kata-kata atau kalimat yang benar secara gramatikal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana Aktivitas Komunikasi Pada Akun @Persib”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, peneliti membuat identifikasi masalah dengan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana Ruang media dari akun media sosial Twitter @Persib?
2. Bagaimana Dokumen media dari akun media sosial Twitter @Persib?
3. Bagaimana Objek media dari akun media sosial Twitter @Persib?
4. Bagaimana Pengalaman media dari akun media sosial Twitter @Persib?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian dalam mendeskripsikan, dan menganalisis secara mendalam bagaimana konstruksi budaya virtual yang terjadi di *cyberspace* dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh akun @Persib melalui akun media sosial Twitter.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Serta tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui artefak budaya yang dihasilkan dari Aktivitas komunikasi akun dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Twitter @Persib dengan mengungkap, ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media dari akun media sosial Twitter @Persib.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Aspek teoritis adalah hasil penelitian ini dapat mengungkapkan fenomena kajian budaya dan media, terutama dalam kajian budaya siber dari aktivitas komunikasi yang dilakukan dengan media sosial sebagai perantara/ atau media penyalur pesan dalam bentuk komunikasi massa. Dengan demikian hasil penelitian ini melakukan deskripsi terhadap media sosial yang menempatkan akun @Persib bukan hanya sebagai konsumen informasi namun juga sebagai produsen dari informasi itu sendiri.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam memahami aktivitas komunikasi pada akun media sosial sebuah organisasi/lembaga tertentu.

2. Kegunaan Bagi Universitas

Bagi Universitas, khususnya program studi Ilmu Komunikasi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literatur dan masukan bagi peneliti yang lain sehingga bisa menambah wawasan mengenai budaya siber dan artefak yang ada di dalam media sosial.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat luas, terutama dalam memahami aktivitas komunikasi pada akun @Persib di media sosial Twitter.

4. Kegunaan Bagi Persib

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bermanfaat bagi Persib dalam menggunakan media sosial Twitter.