AKTIVITAS KOMUNIKASI *BOBOTOH* PERSIB BANDUNG DALAM *CYBERSPACE*

Muhammad Fikri Gissani[1)],
Tine Agustin Wulandari[2)],

[1]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Politik, Universitas Komputer Indonesia
[2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Politik, Universitas Komputer Indonesia

email : *fikrigissani@gmail.com*
email: *Tine.wulandari@email.unikom.ac.id*

Abstract

The development of technology and information has provided a change in communication activities. Through the internet a human be able to communicate directly without having to meet each other. Through social media, a human such as gathered in the virtual world (cyberspace) and communicate directly. This study aims to determine the form of cultural artifacts resulting from Bobotoh Persib Bandung communications activities in cyberspace through Instagram account @ Galeribobotoh. This study uses qualitative research methods with a virtual ethnography design to see the phenomena that occur in the virtual world or cyberspace. The findings of this study reveal that the @Galeribobotoh account is a virtual community type Gemeinschaft formed by Bobotoh Persib Bandung as bobotoh communication media in cyberspace. In addition, the @Galeribobotoh account became a form of Sundanese cultural identity and form of fanaticism or fans culture produced by Bobotoh Persib Bandung from communication activities in cyberspace.

Key words: Communication activity, Bobotoh, Persib Bandung, Cyberspace, Virtual Ethnography

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi telah memberikan perubahan dalam kegiatan komunikasi. Melalui medium internet manusia mampu melakukan komunikasi secara langsung tanpa harus saling bertatap muka. Melalui media sosial manusia seolah berkumpul dalam dunia virtual (*cyberspace*) dan melakukan komunikasi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk artefak budaya yang dihasilkan dari aktivitas komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace* melalui akun Instagram *@Galeribobotoh*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain etnografi virtual untuk melihat fenomena yang terjadi dalam dunia virtual atau *cyberspace.* Hasil penelitian menunjukan bahwa akun *@Galeribobotoh* merupakan akun komunitas virtual berjenis *Gemeinschaft* yang dibentuk oleh *Bobotoh* Persib Bandung sebagai media komunikasi *bobotoh* dalam *cyberspace.* Selain daripada itu akun *@Galeribobotoh* pun menjadi satu bentuk identitas budaya sunda dan bentuk fanatisme atau *culture fans* yang dihasilkan oleh *Bobotoh* Persib Bandung dari aktivitas komunikasi dalam *cyberspace.*

Kata kunci : *Aktivitas Komunikasi, Bobotoh, Persib Bandung, Cyberspace, Etnografi Virtual*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

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.

Dunia maya atau *cyberspace* merupakan media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal-balik secara *online* (terhubung langsung). Dunia maya atau *cyberspace* ini merupakan integrasi dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer (sensor, tranduser, koneksi, transmisi, prosesor, signal, kontroler) yang dapat menghubungkan peralatan komunikasi (komputer, telepon genggam, instrumentasi elektronik, dan lain-lain) yang tersebar di seluruh penjuru dunia secara interaktif yang termediasi oleh internet (dalam http://wijiones.blogspot.co.id/2012/03/pengertian-dunia-maya.html).

Dalam hal ini bisa dibilang bahwa dunia maya atau *cyberspace* merupakan media yang tetap mengandalkan kontrol penuh dari *user* atau penggunanya. Di dalam dunia maya sendiri terdapat 3 bentuk komunikasi yaitu komunikasi antara *mechine – mechine*, *people – mechine*, *people – people*. Hal ini selaras dengan aspek komunikasi yang dijelaskan dalam teori CMC (*computer mediated communications*), bahwa komputer mampu menjadi media dalam proses komunikasi, Marc Smith mengatakan bahwa jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi, sebab interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya dapat diwakilkan dengan teks (dalam Nasrullah, 2012: 95).

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.* Dalam buku Nasrullah (2012: 20), 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,1997:9-10). 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.

Instagram merupakan salah satu bentuk kontribusi dari perkembangan internet dalam media komunikasi, melalui instagram pengguna atau *user* dapat melakukan komunikasi secara langsung dengan *user* Instagram lainnya tanpa harus bertatap muka. Kecanggihan serta kemudahan media sosial Instagram menjadikan media sosial ini menjadi media paling unggul apabila dibandingkan dengan media sosial lainnya. 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 (dalam 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 angotanya kembali dan hadir di sana dalam ruang informasional yang sama (dalam 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.

@Galeribobotoh merupakan akun media sosial Instagram yang dimana akun tersebut merupakan akun yang dibentuk oleh *Bobotoh* Persib Bandung. *Bobotoh* merupakan sebutan kata bagi orang – orang yang mendukung klub bola kebanggaan Jawa Barat yaitu Persib Bandung. Dalam hal ini *Bobotoh* merupakan bentuk dari komunitas yang ada secara *real* atau nyata. Pada lingkup dunia maya, mengacu pada penjabaran di atas bahwa *user* dalam *cyberspace* memegang peranan penuh dalam kontrolnya termasuk dalam pembuatan komunitas virtual dalam hal ini, sehingga akun *@Galeribobotoh* merupakan akun komunitas virtual yang dibentuk atas dasar keinginan dari *user* atau pengguna yang membuat akun tersebut.

Melalui media sosial instagram, akun ini menyebarkan konten – konten tentang *bobotoh* sebagai pendukung dari Persib Bandung. Berbeda dengan akun – akun Instagram lainnya yang berkaitan dengan Persib dan *bobotoh*, *@Galeribobotoh* menjadi akun yang lebih menunjukan apa itu *bobotoh*, siapa itu *bobotoh*, dan bagaimana *bobotoh*.

Seiring perkembangan media sosial Instagram sebagai media komunikasi virtual *Bobotoh* Persib Bandung, pada sisi perangkat Instagram 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 *@Galeribobotoh* sebagai media komunikasi *Bobotoh* dalam *cyberspace.* Melalui fasilitas seperti *snapgram,* dan *Livegram* mereka melakukan komunikasi langsung secara virtual antara *bobotoh* dengan *bobotoh* lainnya yang ada pada *cyberspace.*

Hal yang harus dicermati adalah bahwa berkaitan dengan *cyberculture*, aktivitas komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cybersapce* 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 yan berlaku dari bentuk budaya yang dihasilkan oleh *Bobotoh* Persib Bandung dari aktivitas komunikasi yang mereka lakukan dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh.*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana **ruang media** dari akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh*?
2. Bagaimana **dokumen media** dari akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh*?
3. Bagaimana **objek media** dari akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh*?
4. Bagaimana **pengalaman media** dari akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh*?
5. Bagaimana **aktivitas komunikasi** *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh*?

1.3. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan, dan menganalisis secara mendalam bagaimana konstruksi budaya virtual yang terjadi di *cyberspace* dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh *bobotoh* Persib Bandung melalui akun media sosial instagram yang *Galeribobotoh*.

Serta tujuan dari penelitian ini yaitu **untuk mengetahui** artefak budaya yang dihasilkan dari **Aktivitas komunikasi** *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace* melalui akun media sosial instagram *@Galeribobotoh* dengan mengungkap, **ruang media, dokumen media, objek media,** dan **pengalaman media** dari akun media sosial Instagram *@Galeribobotoh* sebagai media aktivitas Komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung Dalam Dunia Siber (*cyberspace*).

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini selain untuk kepentingan akademik, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan pengetahuan baru dari aktivitas komunikasi dalam *cyberspace*. Selain itu juga diharapkan memiliki kegunaan yang bersifat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Aspek teoritis adalah hasil penelitian ini dapat mengungkap 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 *bobotoh* bukan hanya sebagai konsumen informasi namun juga sebagai produsen dari informasi itu sendiri.
2. Aspek praktis adalah hasi penelitian ini mampu menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya bagi penelitian sejenis yang ingin mengungkap fenomena sosial di dalam dunia virtual secara lebih dalam.

2. Kajian Pustaka

2.1. Budaya siber atau *Cyberculture*

Dalam buku *Computer Mediated Commnunication-Social Interaction And The Internet* bahwa budaya cyber atau cyberculture adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis (dalam Tomic, A., & Lengel, L. T., 2004: 30).

Cyberculture juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas *online*, *game multiplayer online*, jejaring sosial, *texting*, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan pembetukan jaringan. budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik komputer seperti internet, salah satu ciri *cyberculture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat

geografis, artinya individu-individu dalam *cyberculture* berintaraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer. Seperti budaya pada umumnya, bertujuan membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat.

2.2. Dunia Maya atau *Cyberspace*

Dalam buku *Computer Mediated Commnunication-Social Interaction And The Internet* bahwa *Cyberspace* berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung (Tomic, A., & Lengel, L. T., 2004: 28 - 30).

Dalam perkembangannya, istilah ―*cyberspace*" kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial. Bagaimana media komputasi digital merupakan ekstensi dari saluran komunikasi antar actant (meliputi manusia dan sistem yang saling berinteraksi) yang merupakan simulasi dari dunia nyata dengan kemampuan saling mempengaruhi dengan motif yang beragam seperti informasi, ekonomi, politik, dan sebagainya. Hal ini ditegaskan oleh Chip Morningstar dan F. Randall Farmer yang menyebut *cyberspace* sebagai: *Cyberspace* didefinisikan lebih oleh interaksi sosial yang terlibat daripada implementasi teknis.

Holmes (2005 : 95) mengatakan bahwa *cyberspace* adalah setiap medium yang membungkus komunikasi manusia dalam ruang yang dihasilkan secara elektronik.

2.3. *Computer Mediated Communications* (CMC)

CMC atau Computer mediated communicatins adalah teori yang menekankan bagaimana komputer memediasi proses komunikasi. Holmes dalam Nasrullah (2012;94) menegaskan bahwa ada empat poin penting mengenai perspektif CMC, yaitu *pertama*, memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace.*

Kedua, lebih mengkhusukan diri pada term "interaksi" dibandingkan dengan "integrasi", yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi indvidu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial di mana interaksi tersebut memiliki makna. *Ketiga,* tidak seperti "*media studies*" beberapa pembahasan CMC mengungkapkan bagaimana faktor – faktor eksternal memengaruhi kegiatan komunikasi.

Dengan menganalisis *broadcast,* kenyataan sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor – faktor eksternal tersebut mempengaruhi konten
media sementara media konten itu sendiri dinilai dari bagaimana ia merefleksikan segala sesuati di luar media atau realitas nonmedia.

Keempat, dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, di mana komunikasi yang terjadi melalui medium komputer berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk.

Berkaitan dengan virtual interaksi yang membentuk perilaku komunikasi, Marc Smith (1995) dalam Nasrullah (2012;95) memberikan empat aspek penting dalam teori CMC, yaitu ;

1. *Virtual interactions is aspatial.*
   Maksudnya ialah bahwa jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi. Kehadiran atau kedekatan jarak tidak menjadi penting selama masing – masing dapat menjalankan fungsinya.
2. *Virtual interactions via system is predominantly asynchronous.*
   Pengeculian dalam memakai Chat, MUDs, atau ICQs bahwa komunikasi melalui komputer seperti konfrensi sistem,

dan email dapat dioperasikan berdasarkan waktu atau jadwal yang diinginkan.

3. *CMC is acorporeal because it is primarily a text – only medium.*
   Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks. Efek dari CMC yang *asynchronous* dan *acorporeal* ini, sebagai misal, mampu melakukan komunikasi dengan melibatkan jumlah individu yang besar, sedangkan hal ini juga bisa dilakukan melalui konferensi telepon.
4. *CMC is astigmatic*
   Bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu, sebab komunikasi berdasarkan teks ini sangat sedikit bisa menampilkan gambaran visual tentang status seseorang dibandingkan dengan bertatap muka.

2.4. Komunitas Virtual

Dalam perspektif ilmu sosial, banyak teori yang membahas mengenai apa itu komunitas. Dari teori – teori tersebut ada kesamaan aspek dan definisi komunitas yang bisa didekati dengan konsep sebagai berikut (Nasrullah, 2015: 108):

1. Komunitas lahir dan dibentuk dari sekelompok orang.
2. Terbentuknya komunitas dan orang – orang itu berdasarkan adanya kesamaan atau tujuan.
3. Terdapatnya interaksi secara sosial di antara anggota kelompok
4. Adanya wilayah – wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok lainnya.

Terkait bagaimana ada apa itu komunitas virtual, berikut ini pandangan dari beberapa akademisis mengenai komunitas virtual. Dalam buku Nasrullah (2015: 108) ada beberapa definisi yang menjelaskan tentang komunitas virtual :

1. Menurut Rheingold (Rheingold, 1993), komunitas virtual merupakan agregasi sosial yang mengambil bentuk di dalam internet di mana semua orang membawa persoalan untuk didiskusikan dalam waktu yang lama, dan melibatkan perasaan/pemikiran penggunanya dengan relasi terbentuk di ruang siber.
2. Wood dan Smith (Wood & Smith, 2005), menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan komunitas virtual adalah saling berbaginya kesepahaman di antara pengguna yang terhubung melalui lingkaran yang termediasi komputer.
3. Van Dijk (2006) mendeskripsikan bahwa komunitas virtual diasosiasikan dengan sekumpulan individu yang tidak terikat oleh waktu, tempat, maupun keadaan fisik atau material. Mereka dikreasikan oleh lingkunganelektronik dan berdaasrkan pada komunikasi termediasi.
4. Menurut Jordan (1999: 100), komunitas virtual berarti komunitas yang berada di rang siber dan setiap anggotanya kembali dan hadir di sana dalam ruang informasional yang sama. Individu telah menemukan bahwa mereka tidak sendiri dan membangun relasi di antara mereka serta menjadi bagian dari anggota komunitas virtual. Komunikasi virtual juga bisa ditinggalkan secara mudah karena pengguna internet bisa memilih apakah akan bergabung atau tidak.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunitas virtual adalah kumpulan pengguna yang memiliki kesamaan dan terbentuk melalui ruang siber serta relasi yang terjadi di antara mereka termedaiasi secara elektronik. Wood dan Smith (dalam Nasrullah. 2015: 109) mengatakan Jika ditilik lebih dalam, komunitas virtual yang terbangun pada dasarnya terbentuk dengan sendirinya. Tidak ada kekuatan politik atau ekonomi dalam pengertian mikro yang memberikan dorongan kepada individu untuk menjadi bagian dari komunitas virtual tersebut.

Dalam komunitas virtual, pengguna juga secara sadar berbagi dan bertindak sebagai aksi kolektif, berbagi ritual atau kebiasaan, dan mengikuti regulasi sosial yang ada di duni virtual. Hal ini penting sebab meski dalam konsep teknologi setiap individu bisa saja terhubung dengan individu lain, namun hubungan itu dalam kerangka elektronik. Tidak ada relasi yang terjadi di antara pengguna tersebut, selain sebagai saluran data dan informasi. Oleh karena itu Parks (dalam Nasrullah,2015: 109) mengatakan bahwa komunitas virtual harus terbentuk dari adanya kesadaran tiap – tiap pengguna untuk bergabung dan memiliki komunitas tersebut.

Untuk menegaskan apa yang dimaksud dengan komunitas virtual dan bagaimana sebuah grup di media sosial bisa di kategorikan ke dalamnya, Quentin Jones (dalam Nasrullah, 2015: 111) membeberkan kriteria – kriteria dasar, yakni terkait:

1. Level minimum dalam interaksi. Diperlukan semacam kriteria minimal bagaimana interaksi terjadi di dalam kelompok atau grup tersebut di media sosial. Setiap konten yang dipublikasikan oleh pengguna apabila tidak ada tanggapan dari pengguna lain, interaksi ini tidak bisa menjadi batasan dasar dalam sebuah komunitas.
2. Komunikator yang bervariasi yang merujuk pada sebuah komunitas virtual harus terdiri dari partisipan yang beragam sehingga interaksi yang terjadi di antara mereka akan membentuk dan berkembang secara luas.
3. Adanya ruang publik umum sebagai medium interaksi bagi anggota komunitas. Kehadiran media sosial bisa digunakan sebagai ruang publik umum untuk berinteraksi. Namun, tidak semua jenisnya memberikan fasilitas atau perangkat bagi terbenuknya komunitas. Ini terkait dengan prosedur teknis yang ada di tiap – tiap media sosial.
4. Level minimum dari jumlah keanggotaan. Baru bisa dikatakan sebagai sebuah komunitas virtual jika anggotanya dalam jumlah tertentu. Eksisnya komunitas virtual tersebut diperlukan sejumlah anggota yang aktif dan saling berbagi informasi di antara sesama.

Apa yang diutarakan Jones tersebut merupakan aspek kuntitas dari komunitas virtual (Wood & Smith, dalam Nasrullah 2015: 112). Kemudian Baym (dalam Nasrullah, 2015: 112) menjelaskan komunitas virtual secara kualitas , yakni adanya aspek – aspek berikut ini :

1. Faktor eksternal,
2. Struktur yang temporal,
3. Infrastruktur dari sistem komputer,
4. Tujuan dalam penggunaan komunikasi termediasi komputer (CMC), dan
5. Karakteristik dari grup dan anggotanya.

Dalam buku Nasrullah (2015: 112), *Media sosial*, mengatakan bahwa Pembahasan 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. Relasi ini memiliki dampak – dampak tersendiri, apakah itu medium komunitasnya *offline* maupun *online*.

Secara lebih makro, pembahasan komunitas virtual ini merupakan bagian dari masyarakat berjejaring atau *network society*, hal ini disebabkan sifat internet dan teknologi komunikasi-interaksi yang ada di dalamnya menyebabkan individu sebagai pengguna memiliki kuasa penuh.

2.5. Media Sosial sebagai media komunikasi virtual

Dikutip dari buku Nasrullah (2015: 11), media sosial merupakan sebuah wadah yang dimanfaatkan manusia untuk melakukan

sebuah interaksi sosial satu sama lainnya secara online dengan menggunakan jaringan internet. Interaksi ini dapat dilakukan secara bebas tanpa dibatasi oleh ruang dan juga waktu. Namun, ada juga yang mengatakan bahwa media sosial ialah media online yang mampu mendukung kegiatan interaksi sosial menggunakan teknologi dengan basis web, di mana teknologi ini mampu mengubah kegiatan komunikasi antar dua orang menjadi sebuah dialog interaktif yang bisa dilakukan oleh lebih dari dua orang dalam satu perangkat.

Keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan kebeeradaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu dan masyarakat. Di dalam web atau jaringan internet ada sebuah sistem hubungan antarpengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung. Juga, keterhubungan antaroengguna itu sekaligus membentuk semacam jaringan layaknya masyarakat pada dunia *offline* lengkap dengan tatanan, nilai, struktur, sampai pada realitas sosial; konsep ini bisa dipahami sebagai *techno-social system* (Fuchs dalam Nasrullah, 2015: 10). *Techno-social system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi (Nasrullah, 2015: 10).

Adapaun karakteristik media sosial yaitu ;

1. Jaringan (*Network*) antarpengguna

Kata "jaringan" (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya, koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antarkomputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data (Castells, 2002; Gane & Beer, 2008; dalam Nasrullah, 2015: 16).

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media – media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Komponen pertama yaitu sumber informasi (*the information source*) bisa berbentuk entita, manusia, atau mesin yang memproduksi pesan atau urutan dari pesan (*sequence of messages*) yang dikomunikasikan.

Komponen kedua adalah *transmitter* atau media yang mentransmisikan pesan (*encodes*). Transmisi inilah yang mengubah pesan dari sumber menjadi sinyal sehingga bisa disebarkan melalui medium komunikasi, seperti radio dan televisi.

Komponen ketiga adalah *channel* yang merupakan medium dalam perjalanan pesan. Sinyal yang dipancarkan atau ditransmisikan itu melawati medium sehingga pesan yang diproduksi oleh *transmitter* bisa diterima oleh *receiver*. Dalam proses penyampaian pesan ini, seringkali terjadi beberapa kendala (*noise*) yang mempengaruhi transmisi pesan. Oleh karena itu, bai Shannon dan Weaver tidak ada yang dinamakan pesan yang bernar (*real messages*), tetapi yang ada hanya sinyal yang ditangkap oleh *receiver* dan kemampuan untuk melakukan *code* atau *decode* terhadap sinyal tersebut bergantung pada proses matematis (Hayles dalam Nasrullah, 2015: 21).

3. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi tersimpan dan bisa diakses kapan pun melalui perangkat apa pun. Informasi itu tidak hilang begitu saja saat

pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya diakses kembali. Semisal didalam *Facebook,* menyediakan fasilitas untung mengenang penggunya yang telah meninggal dunia sehingga siapa pun bisa mengakses informasinya (Caroll & Romano dalam Nasrullah, 2015: 22).

Media sosial dianggap sebagai ruang perpustakaan virtual. Layaknya perpustakaan, dimedia sosial juga terdapat kode panggil maupun kode rak sebagaimana di perpustakaan. Salah satunya, yaitu menggunakan tagar atau *tag.* Aktivitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandakan topik apa yang sedang diperbincangkan oleh pengguna.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, contoh lain dari karakteristik interaksi ini adalah saling mempromosikan dan membagi perasaan terhadap informasi pengguna. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini, David Holmes (dalam Nasrullah, 2015: 26) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya; sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

Dalam *The Language of New Media*, Lev Manovic (2001) dalam Nasrullah (2015: 27) menyatakan 2 tipologi dalam perspektif media baru, yakni tipe terbuka (*open*) dan tertutup (*closed*). Dalam tipe terbuka, pengguna memiliki kebebasan menentukan bagaimana jaringan ini akan dibentuk dan bagaimana interaksi itu terjadi. Tipe tertutup, khalayak disodorkan pilihan – pilihan selayaknya jalan yang setiap belokan akan membawa pada arah dan tujuan yang berbeda.

5. Simulasi (*Simulation*) sosial

Makna dari simulasi, bisa ditelusuri dari karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra* (1994) yang mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu (Nasrullah, 2015: 28). Khalayak seolah – olah tidak bisa memberdakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah – olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas (Nasrullah, 2015: 28).

Baudrillard (dalam Nasrullah, 2015: 28) menggambarkan bagaimana realitas yang ada di media adalah ilusi, bukan cerminan dari realitas, sebuah penandaan yang tidak lagi mewakili tanda awal, tetapi sudah menjadi tanda baru. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya di media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah – ubah.

Term yang diciptakan oleh Baudrillard (dalam Nasrullah, 2015: 29) ini terjadi melalui empat tahap proses: *Pertama,* tanda (*sign*) merupakan presentasi realitas; *Kedua,* tanda mendistorsi; *Ketiga,* realitas semakin kabur, bahkan hilang, malah tanda merupakan representasi dari representasi itu sendiri; *Keempat,* tanda bukan lagi berhubungan dengan realitas – imaji telah mengganti dari realitas itu sendiri. Inilah yang menurut Bell terjadi di dalam *cyberspace* dimana proses simulasi itu terjadi dan perkembangan teknologi komunikasi serta kemunculan media baru menyebabkan individu semakin menjauhkan realitas, menciptakan sebuah dunia baru, yaitu dunia virtual (Bell dalam Nasrullah, 2015: 29).

3. Objek dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada bagaimana aktivitas komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace* melalui akun media sosial Instagaram *@Galeribobotoh.* Akun ini dipilih sebagai objek penelitian karena peneliti melihat bahwa akun *@Galeribobotoh* sudah menjadi *second life* dari komunitas *Bobotoh* Persib Bandung sebagai bentuk dari fanatisme yang dimiliki oleh *Bobotoh* terhadap klub Persib Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif.

Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Metode ini disebut juga dengan metode artistik sebab proses penelitian ini lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut juga sebagai metode interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang di temukan di lapangan (dalam Sugiyono, 2015: 13). Dengan desain penelitian yaitu *Etnografi virtual.*

Dalam Nasrullah (2017: 3) etnografi virtual merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk melihat lebih dalam pengkosntruksian dari sebuah budaya virtual yang diciptakan oleh entitas/ anggota dalam dunia virtual, yang dimana nilai – nilai yang diciptakan dari budaya internet tersebut merupakan apa yang mereka ciptakan dari apa yang mereka rasakan sehingga *pertama*, metode ini mengkonstruksi ulang (*deconstructs*) pemikiran tentang komunitas yang selama ini telah menjadi sangat populer dikalangan peneliti sosial atau antropologi. *Kedua*, metode ini mampu mengilustrasikan bagaimana komunitas virtual bersifat sementara, tidak tetap, temporal, dan terfragmentasi dibanding dengan komunitas *offline.*

Sehingga dalam hal ini peneliti melihat bahwa akun *@Galeribobotoh* merupakan bentuk dari komunitas virtual yang berasal dari komunitas sosial yang terbentuk di dunia nyata (*offline*). Melalui akun ini *Bobotoh* Persib Bandung melakukan interaksi dalam *cyberspace* atau dunia siber dengan *Bobotoh* lainnya tanpa harus bertatap muka secara langsung dalam proses komunikasi yang berlangsung.

Melalui etnografi virtual, penelitian ini melakukan pencatatan dan menganalisis fenomena atau peristiwa yang terjadi dalam *cybersapce* yang di mana peristiwa atau fenomena tersebut mampu menjadi satu bagian dari bentuk artefak budaya yang dihasilkan dalam aktivitas komunikasi dalam *cyberspace* yang dilakukan *Bobotoh* Persib Bandung melalui akun *@Galeribobotoh.* Data penelitian didapatkan dari proses pengumpulan data yang dilakukan dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace* melalui akun media sosial *@Galeribobotoh*, melalui dokumen dan keterangan dari informan yang merupakan *owner/ founder* serta admin akun didapat dalam pengambilan data yang akan diteliti serta dicek dan akan menjadi sumber data utama.

4. Hasil dan Pembahasan

Akun *@Galeribobotoh* menurut pengamatan peneliti merupakan akun yang dibentuk oleh komunitas nyata (*offline*) yang di tarik kedalam dunia maya (*online*) sehingga memungkinkan para anggota komunitas untuk terus terhubung antara ssatu dengan yang lainnya. akun Instagram yang dibuat pada tanggal 18 November tahun 2015. Akun ini merupakan akun yang mewadahi seluruh bobotoh yang berada di dunia virtual untuk saling berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya.

Akun ini dikelola oleh 2 orang saja sebagai admin tetap, dan beberapa orang

sebagai orang "*cabutan*" untuk membantu kegiatan dari akun ini seperti sebagai *fotografer*, editor (untuk video), dan jurnalis untuk mencari informasi *uptodate* tentang peristiwa yang aktual sedang terjadi.

4.1. Ruang Media

Ruang media merupakan level dimana level ini mengungkapkan bagaimana struktur yang ada dari medium yang merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi dalam hal ini bobotoh Persib Bandung di cyberspace atau internet. Secara khusus media sosial yang digunakan oleh akun @Galeribobotoh adalah Instagram. Akun ini merupakan jenis akun bertipe *Personal account* pada media sosial Instagram. Terdapat perbedaan yang mendasar pada kedua jenis tipe akun ini, pada akun *business account* maka pengguna atau pemilik akun tidak harus memiliki akun Instagram dalam hal ini karena Instagram berada di bawah naungan *Facebook* maka untuk menjalankan akun bisnis pada instagram pengguna hanya dituntut untuk memiliki akun *Facebook* saja, sedangkan untuk *Personal Account,* sistematisnya masih sama dengan akun Instagram personal lainnya.

Akun *@Galeribobotoh* menurut pengamatan peneliti merupakan akun yang dibentuk oleh komunitas nyata (*offline*) yang di tarik kedalam dunia maya (*online*). Dalam hal ini Instagram menyediakan kotak informasi atau yang dikenal dengan istilah "bio", hal ini memungkinkan pemilik akun untuk menuliskan informasi tentang dirinya atau tentang akun yang dimilikinya. Dalam hal ini @Galeribobotoh menuliskan informasi pada kotak "bio" yaitu, "*#Lalampahanbobotoh, Jadwal Bebengkuk ep em (sore - peuting), piduiteun .....*" (#Kelakuan bobotoh, jadwal Bebengkuk Ep Em (sore - malam), yang menghasilkan uang .....).

Maksud dari tulisan tersebut merupakan penekanan akan akun Instagram ini bahwa akun ini merupakan akun untuk "*lalampahan*" atau kelakuan *bobotoh*, dengan jadwal *livegram* yaitu dari sore hingga malam hari.

Gambar 4.1 Akun Instagram *@Galeribobotoh*



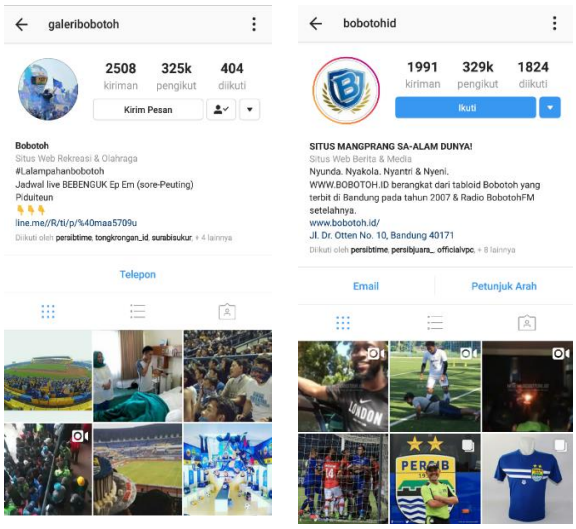
Sumber : https://www.instagram.com/galeribobotoh/ (20 Juni 2017)

Dari informasi ini dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap konten yang terdapat pada akun *@Galeribobotoh* maka didapatkan tujuan dari akun ini adalah murni sesuai dengan ambisi dan motifasi pembentuk akun yaitu sebagai wadah bobotoh dalam dunia maya sebagai perwujudan bentuk fanatisme atau kecintaan bobotoh terhadap Persib Bandung, sehingga apa yang ditampilkan pada akun ini semua murni tentang kelakuan – kelakuan bobotoh, baik itu yang bersumber dari pencarian pribadi akun *@Galeribobotoh* ataupun mengambil atau *merepost* dari akun orang lain, atau juga perorangan bobotoh yang mengirimkan kepada akun *@Galeribobotoh.*

akun ini menggunakan fitur *upload* gambar dan video untuk menampilkan konten yang memang menunjukan tujuan dari akun ini, yaitu sebagai *"lalampahan bobotoh"* atau yang bisa diartikan sebagai bentuk segala tingkah laku *bobotoh* terhadap Persib

Bandung. Sehingga dalam hal ini membuat konten pada akun ini semua halnya berkaitan tentang *bobotoh*, termasuk fanatisme *bobotoh* terhadap Persib Bandung.

Gambar 4.2 Perbedaan Akun *@Galeribobotoh* dan Akun Lain



Sehingga dalam penggunaan fitur – fitur instagram pun akun ini tetap konsisten dalam tujuannya sebagai wadah berkumpulnya *bobotoh* di dalam dunia maya atau *cyberspace.* Hasil dilapangan menunjukan bahwa penggunaan dari Instagram oleh akun ini disebabkan kemudahan yang ditawarkan oleh instagram untuk berkomunikasi, baik secara perorangan ataupun banyak orang.

Ada yang unik yang peneliti lihat dalam akun Instagram ini yang digunakan sebagai media aktivitas komunikasi suatu komunitas yaitu adalah fasilitas *likes* atau *loves* yang artinya "suka/ menyukai" pada instagram itu sendiri. Fitur ini akan ada disetiap konten yang di unggah oleh penggunannya. *Loves* atau *likes* merupakan bahasa yang hanya dimiliki oleh instagram.

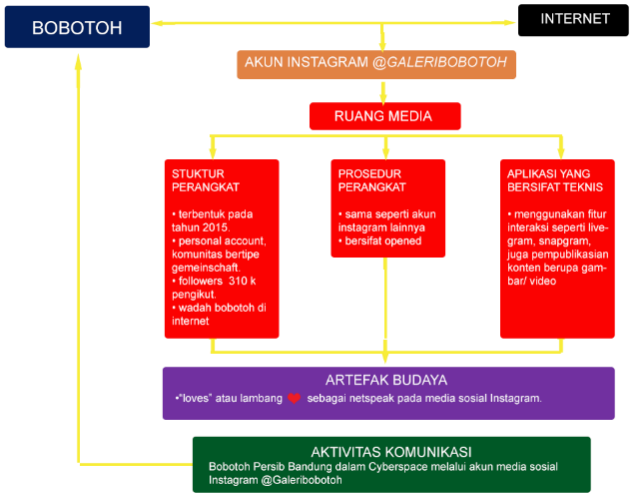
Fitur ini sebenarnya sudah ada pada media sosial lain terdahulunya yaitu *facebook* dimana menggunakan lambang sebagai wujud bahasa lain untuk penggunanya. Namun pada instagram, lambang tersebut berbeda yaitu dengan menggunakan lambang sebagai bahasa lain ketika menggambarkan perasaan atau tanggapan terhadap suatu konten yang diunggah.

Istilah "*loves*" atau "suka" dalam media Instagram pada akun *@Galeribobotoh* merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai bagian artefak budaya dari ruang media bagi media sosial Instagram juga dari akun *@Galeribobotoh*.

Analisis peneliti ini sesuai dengan teori dalam Nasrullah (2014: 99) sebuah tombol "*loves*" secara imajiner merupakan perwakilan perasaan pengunjung lain terhadap teks atau konten yang diunggah/ diciptakan oleh suatu akun atau pengguna pada media sosial Instagram. Dalam Nasrullah (2014: 100) makna "*loves*" sendiri pada dasarnya tergantung dari bagaimana membaca memaknainya.

Fitur "*loves*" ini dalam media siber dikenal dengan *Netspeak*, dalam Nasrullah (2014: 83) istilah ini berasal dari pendapat David Crystal dimana *netspeak* terjadi tatkala pengguna menggunakan interaksi langsung dengan menggunakan teks atau simbol – simbol yang membuat seolah – olah orang tersebut sedang berbicara.

Gambar 4.3 Model Ruang Media



sumber : Penelitian, 2017

4.2. Dokumen Media

Dalam Nasrullah (2017: 51) level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi – sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung didalamnnya – diproduksi dan disebarkan melalui internet. Level ini pada dasarnya menjawab faktor apa (*what*) yang menjadi artefak budaya dalam suatu budaya internet.

Dari sisi **dokumen media** peneliti melakukan observasi dengan melihat kepada apa saja konten yang ada dalam akun *@Galeribobotoh* dan penggunaan *hastag* apa saja yang digunakan dalam akun ini dalam aktivitas komunikasinya dengan *bobotoh* yang ada di dunia maya atau *cyberspace.* Dalam akun *@Galeribobotoh* terdapat konten – koten yang diunggah oleh admin yaitu berupa gambar juga video. Kedua format konten diatas mengikuti kepada fitur yang diberikan oleh media sosial instagram itu sendiri. Namun demikian, akun *@Galeribobotoh* sangat menggunakan fitur tersebut sebagai bahan pesan dalam interaski yang dilakukan oleh bobotoh dalam dunia maya atau *cyberspace.*

Dari informasi ini dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap konten yang terdapat pada akun *@Galeribobotoh* maka didapatkan tujuan dari akun ini adalah murni sesuai dengan ambisi dan motifasi pembentuk akun yaitu sebagai wadah *bobotoh* dalam dunia maya sebagai perwujudan bentuk fanatisme atau kecintaan bobotoh terhadap Persib Bandung. Dalam Nasrullah (2017: 51) mengatakan bahwa teks tidak sekedar mewakili pendapat atau opini anggota atau komunitas di internet, tetapi juga menunjukan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas dari khalayak.

Melihat dari sisi konten, peneliti mengamati bahwa konten – konten yang terdapat pada akun Instagram *@Galeribobotoh* memiliki beragam konten yang akhirnya dapat peneliti masukan kedalam beberapa klasifikasi, yaitu, tentang konten yang berhubungan dengan pertandingan, bobotoh, iklan, persib.

Dari seluruh konten yang terdapat pada akun ini sebenarnya peneliti melihat bahwa ada artefak budaya yang akun ini ciptakan sehingga mampu menjadi ciri khas tersendiri yang membedakan akun ini dengan akun media sosial lainnya baik itu pada media sosial Instagram atau pun media sosial lainnya. Dikatakan Nasrullah (2017: 51) bahwa konten mampu menjadi keterwakilan yang menunjukan pendapat, pandangan, latar belakang sosial, dan kebudayaan. Maka pada akun *@Galeribobotoh* terdapat keterwakilan kebudayaan yang akhirnya menjadikan artefak dari budaya yang diciptakan oleh *bobotoh* melalui akun *@Galeribobotoh* yaitu penggunaan *aksara sunda* atau simbol sunda dalam beberapa konten yang mereka buat pada konten pertandingan yaitu pada konten dimulainnya pertandingan dan juga pada pertandingan tersebut berakhir. Istilah *aksara* atau simbol tersebut dikenal dengan istilah "*sunda buhun*" atau bahasa sunda yang tidak pernah digunakan kembali.

Gambar 4.4 Perpedaan konten akun *@Galeribobotoh* dengan akun lain



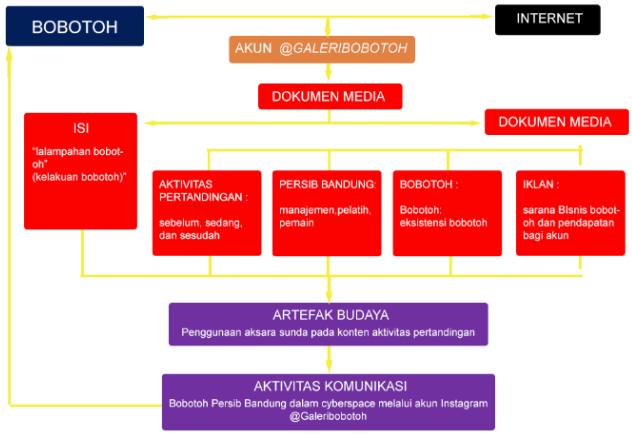
Sumber:https://www.instagram.com/p/BVe_iL2nELA/?taken-by=galeribobotoh (18 Juni 2017).



Sumber : https://www.instagram.com/p/BVe_iL2nELA/?taken-by=bobotoh.id (18 Juni 2017).

Hal ini menjadi artifak menarik bagi peneliti disebabkan karena memang hal inilah yang menjadikan satu bukti bahwa akun *@Galeribobotoh* menciptakan bukti dari budaya internet dari aktivitas komunikasi yang dilakukan dalam *cyberspace.*

Gambar 4.5 Model Dokumen media



sumber : Penelitian, 2017

4.3. Objek Media

Pada level Objek media (Nasrullah, 2017: 54), level ini merupakan unit yang spesifik karena melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antar pengguna, baik dalam unit makro maupun unit makro. Data pun didapatkan oleh peneliti berasal dari teks atau konten yang ada pada akun *@Galeribobotoh*.

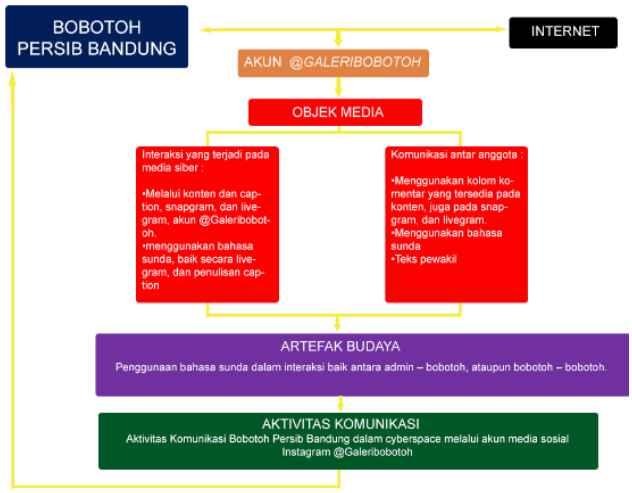
Dalam level objek media, menurut Saville – Troike dalam Nasrullah (2017: 54) mengatakan bahwa pada level ini menitik fokuskan pada konten yang diproduksi dari produser dan melihat bagaimana teks itu ditanggapi atau berinteraksi dengan penguna siber lainnya. Selain daripada konten yang menjadikan akun ini memiliki ciri khas tersendiri dari akun yang lain, ada hal unik lain yang menjadikan kekhasan tersendiri dari akun ini, yaitu penggunaan bahasa sunda sebagai bahasa yang digunakan dalam kegiatan interaksi akun ini di dunia maya.

Sehingga *caption* yang dituliskan pun berbahasa sunda, yang pada akhirnya seluruh kegiatan aktivitas komunikasi pada akun ini baik akun dengan pengikut (*followers*) atau pengikut dengan pengikut, seluruhnya dilakukan dengan menggunakan bahasa sunda.

Hal ini menjadi suatu bukti dari penelitian bagi peneliti bahwa bahasa yang digunakan dalam akun ini merupakan bagian dari artefak budaya yang mereka ciptakan di dalam dunia maya atau *cybercpace.* Alasannya disebabkan karena adanya satu hal yang akhirnya mampu menjadikan hal tersebut ciri khas dan membuat akun lain menggunakan hal yang sama untuk akun yang berbasiskan pada hal yang sama pula. penggunaan bahasa Sunda dalam kegiatan akun ini bertujuan untuk meyatukan antara nilai kesundaan dengan Persib- nya sebab ada keterkaitan antara Persib dengan *bobotoh* yang notabenenya merupakan masyarakat dengan budaya Sunda. Sehingga melalui akun *@Galeribobotoh* mampu menjadi satu jembatan antara nilai kesundaan dengan nilai kebudayaan yang ada pada *bobotoh* itu sendiri.

Peneliti melihat bahwa penggunaan Bahasa Sunda pada Interaksi yang dilakukan disemua media di akun ini menjadikan hal tersebut sebagai artefak budaya yang diciptakan dari budaya internet bobotoh pada akun *@Galeribobotoh.* Hal tersebut dilandasi oleh pendapat dari Turing dalam buku Nasrullah (2014: 88) yang mengatakan bahwa bahasa dalam interaksi merupakan teks akan berevolusi menjadi bahasa global atau tidak hanya bisa dimaknai oleh anggota yang berada dalam geografis yang sama.

Gambar 4.6 Model Objek Media



sumber : Penelitian, 2017

4.4. Pengalaman Media

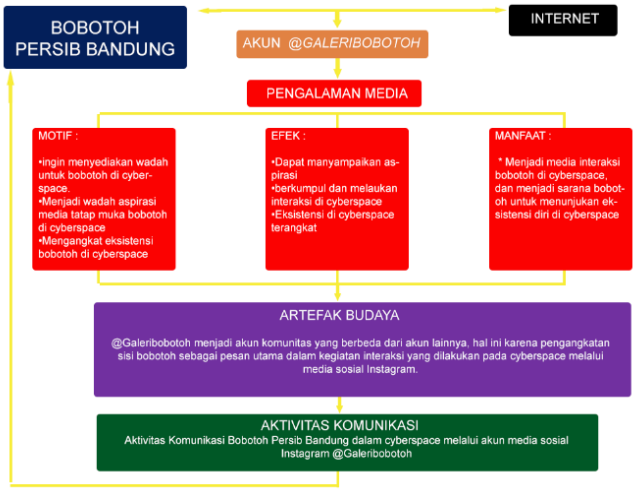
Dalam Nasrullah (2017: 55) level ini merupakan gambaran secara makro bahwa bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia *offline.* Ini dimaksudkan bahwa apa yang muncul di *online* memiliki relasi dengan dunia nyata. Dalam buku *Ethnography for the internet,* Christine Hine (2001: 163) mengatakan : "*There is no strict, principled distinction berween the internet on one hand, and everyday life on the other*".

Pada level ini merupakan konsepsi dimana internet hanyalah salah satu medium yang digunakan oleh komunitas untuk melakukan interaksi, walau dalam beberapa kasus, sering bahkan, komunikasi itu terjadi pada awalnya hanya dikonsumsi oleh diri sendiri. Dalam hal ini, seperti yang telah diutarakan peneliti pada level ruang media bahwa akun *@Galeribobotoh* merupakan komunitas berjenis *Gemeinschaft* hal ini dilihat dari individu yang membentuk akun tersebut yang merupakan *bobotoh* dari Persib Bandung dan pengikut atau *followers* dari akun tersebut yang tergabung dalam akun tersebut.

Asumsi peneliti mengatakan bahwa akun ini merupakan komunitas nyata yang di virtualkan karena sudah banyaknya akun yang memang berkaitan dengan *Bobotoh* dan Persib Bandung itu sendiri, sehingga masing – masing dari mereka seolah membentuk komunitas masing – masing yang di latar belakangi oleh kebutuhan yang memang disepakati bersama.

Dan dalam hal ini, yang menjadi kebutuhan pada akun ini adalah bagaimana ikon akun ini yaitu *bobotoh* menjadi satu hal yang digunakan sebagai simbol mereka dalam melakukan interaksi pada *cyberspace* yang menunjukan rasa fanatisme terhadap Persib Bandung. Hal ini yang akhirnya menjadikan ciri khas dan artefak budaya siber yang ditinggalkan oleh akun *@Galeribobotoh* dalam interaksi yang mereka lakukan dalam *cyberspace* baik itu interaksi melalui konten ataupun media lainnya dalam Instagram.

Gambar 4.7 Model Pengalaman Media



sumber : Penelitian, 2017

4.5. Aktivitas Komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung Dalam *Cyberspace*

Dari model diatas peneliti dapat menjelaskan bagaimana aktivitas komunikasi *bobotoh* dalam *Cyberspace* melalui akun

media sosial Instagram *@Galeribobotoh* bahwa secara latar belakang kenapa Ridwan membuat akun *@Galeribobotoh* adalah sebagai wadah bagi para *bobotoh* yang ada di Instagram untuk saling berbagi, berinteraksi, dan menunjukan keeksistensian *bobotoh* didalam dunia internet atau *cyberspace*, juga sebagai wadah silaturahmi antar *bobotoh* Persib Bandung. Melalui konten, akun *@Galeribobotoh* melakukan interaksi dengan *bobotoh* yang lainnya, yang dimana konten tersebut merupakan konten yang dibangun oleh akun *@Galeribobotoh* dari peristiwa yang memang akan, sedang dan sudah terjadi.

Hal ini menjadikan akun *@Galeribobotoh* sebagai bentuk dari komunitas. Dimana dalam Nasrullah (2017: 70) mengatakan bahwa komunitas dalam konteks budaya, internet merupakan lokasi terjadinya simbol – simbol budaya dan bagaimana anggota di dalamnya mengekspresikan diri, komunitas virtual merupakan bentuk baru dari relasi sosial antarindividu di internet yang menawarkan beragam akses yang tanpa batas dan kadang tidak terduga.

Akun *@Galeribobotoh* merupakan akun komunitas virtual dengan tipe *Gemeinschaft* sebab dalam hal ini akun komunitas ini memenuhi semua syarat dari jenis komunitas tersebut. Dikatakan oleh David Bell (Nasrullah, 2017: 70) bahwa *Gemeinschaft* merujuk pada jenis komunitas yang berkarakter *total community* di mana setiap individu maupun aspek – aspek sosial di dalamnya berinteraksi secara vertikal maupun horizontal, berjalan stabil dan dalam waktu yang lama, merupakan hasil dari adanya kesamaan amupun kebutuhan, terbentuk dari adanya pertukaran ritual maupun simbol – simbol sebagaimana yang terjadi dalam interaksi sosial secara nyata yang dibangun dalam interaksi tatap muka.

Cara akun *@Galeribobotoh* dalam menggunakan media Instagram sebagai media interaksi komunikasi dengan *bobotoh* yang ada di *cyberspace* baik melalui teks, *snapgram,* maupun *livegram,* menjadikan bentuk interaksi tersebut sebagai artefak dari budaya interaksi komunikasi virtual.

Dimana menurut Graham dalam Nasrullah (2014: 76) mengatakan bahwa interaksi atau *interactivity* pada pengguna dan mesin memungkinkan para pengguna maupun perangkat yang saling terhubung secara interaktif. Bahkan Graham mengatakan bahwa teknologi yang telah termediasi – atau dikenal dengan istilah "*remedieted*" – pada segala aktivitas manusia, membuat perbedaan wilayah tidak lagi menjadi kendala bagi dua orang untuk melakukan komunikasi secara langsung. Dan inilah yang memang dilakukan oleh *bobotoh* yang ada di *cyberspace.*

Tim Jordan (dalam Nasrullah, 2017: 78) mengatakan bahwa ada tiga elemen dasar kekuatan individu dalam dunia siber, yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies,* dan *information as reality.*

Pada akun *@Galeribobotoh,* membawa nama *bobotoh* sebagai pendukung Persib Bandung yang notabene berasal dari jawa barat yang merupakan masyarakat asli Sunda, mereka melakukan *Identity fluidity* dimana proses pembentukan *bobotoh* secara *online* sebagai bentuk masyarakat orang sunda yang bisa dilihat dari kata *bobotoh* itu sendiri. Secara *renovated hierarchies* akun ini menggunakan konten juga interaksi yang dilakukan dalam komunikasi yaitu penggunaan bahasa sunda sebagai bahasa komunikasi, dalam hal ini akun *@Galeribobotoh* seperti mencoba mengkonstruksi ulang komunitas *bobotoh* yang ada pada dunia nyata (*offline*) kedalam dunia virtual (*online*). Dan pada tahap terakhir yaitu *informational as reality* adalah dengan menggunakan konten dan *caption* yang diketik oleh akun *@Galeribobotoh* menekankan kebudayaan sunda yang mereka miliki dan **identitas** akun ini sebagai akun orang Sunda sehingga hal ini tergambarkan secara *online.*

Selain itu akun *@Galeribobotoh* pun merupakan bentuk dari *culture fans.* Seperti pendapat Nasrullah (2017: 80) mengatakan bahwa yang dimaksud *culture fans* adalah situasi di mana penggemar atau dalam kasus ini merupakan *followers* dari akun *@Galeribobotoh*) akan mengkonsumsi apa – apa yang dihasilkan oleh seleberitas atau sosok yang digemari dan ini berlaku di dunia siber atau *cyberspace.* Seperti mengkonsumsi konten, informasi, termasuk melakukan kegiatan jual beli yang dilakukan pada akun *@Galeribobotoh.*

Bentuk interaksi *bobotoh* di *cyberspace* hal ini sesuai dengan perspektif CMC yang kemukakan oleh Marc Smith (1995) yaitu ;

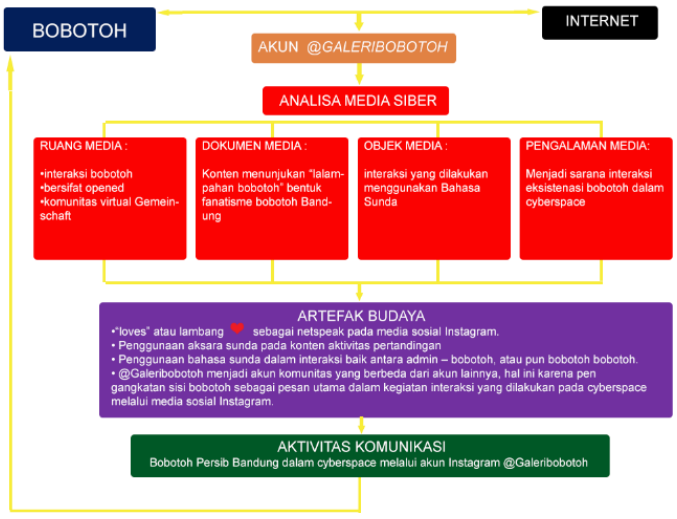
1. *Virtual Interactions is aspatial.* Yaitu dimana jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi.
   Dalam melihat pandangan ini peneliti melihat fenomena yang terjadi pada aktivitas komunikasi *bobotoh* yang terjadi pada akun *@Galeribobotoh* dimana jarak memang bukan menjadi penghalang dalam interaksi yang dilakukan baik itu admin – *bobotoh* , ataupun *bobotoh – bobotoh,* melalui perangkat yang termediasi internet, *bobotoh* mampu melakukan interaksi walaupun tanpa harus bertatap muka.

2. *Virtual interaction via system is premdominantly asychronous.* Komunikasi melalui suatu perangkat dapat dioperasikan berdasarkan waktu dan jadwal yang diinginkan.
   Melihat hal ini, peneliti menyesuaikan dengan apa yang memang dilakukan oleh admin dari akun *@Galeribobotoh* yaitu bahwa tidak ada jadwal yang ditetapkan dalam proses interaksi baik itu jam untuk mengunggah konten ataupun jadwal *livegram.* Semuanya dilakukan dengan sesuai keinginan hati admin sebagai pengelola dari akun tersebut. Dan *bobotoh* yang berinteraksi dalam akun ini pun bebas melakukan aktivitasnya dengan keinginan yang dia inginkan, selama *bobotoh* tersebut terkoneksi dengan internet.

3. *CMC is acorpored because it is primarily a text – only medium.* Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili melalui teks.
   Hal ini seusai dengan apa yang terjadi pada akun *@Galeribobotoh* bahwa pada prakteknya semua interaksi yang terjadi pada akun ini hanya melibatkan teks sebagai keterwakilan keberadaan pihak – pihak yang terlibat dalam proses interaksi tersebut. Namun dengan perangkat yang termediasi dengan internet maka interaksi pun dapat terus berlanjut tanpa harus bertatap muka satu sama lainnya.

4. *CMC is astigmatic.* Interaksi yang terjadi mengabaikan stigma terhadap individu tertentu.
   Dalam hal ini peneliti melihat bahwa stigma ini merupakan perwujudan dari siapa orang yang terlibat dalam interaksi tersebut, tidak mengenal apakah orang tersebut bergener apa, apakah dia orang tua atau sebaya, apakah pekerjaannya, tanpa melihat hal ini interaksi akan tetap terjadi dan pada dunia internet atau *cyberspace* semua orang dianggap sama, sebab keterwakilan teks tidak cukup untuk menggambarkan siapa orang tersebut.

Gambar 4.8 Model Makro



sumber : Penelitian, 2017

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan dianalisa dengan beberapa teori yang relevan pada bab sebelumnya, yang menyangkut tentang "aktivitas komunikasi *Bobotoh* Persib Bandung dalam *cyberspace*" maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yang sesuai dengan fokus dalam penelitian ini, yaitu ;

1. **Ruang media dari akun Media Sosial instagram *@Galeribobotoh***

merupakan akun berjenis *personal account* baik komunitas ataupun perorangan sehingga fitur yang diberikan oleh instagram pun sama dengan yang diterima oleh akun *@Galeribobotoh.* Pada sisi ini peneliti mendapatkan artefak budaya dari bahasa internet atau *netspeak* yang ada pada media Instagram yaitu "*loves*". Selain daripada itu akun ini pun menjadi sarana komunitas bagi *bobotoh*, akun *@Galeribobotoh* merupakan akun komunitas virtual dengan tipe *Gemeinschaft.*

2. **Dokumen Media dari akun Media Sosial instagram *@Galeribobotoh***

akun ini konten ditujukan untuk lebih menunjukan kepada sisi *bobotoh* bukan Persib Bandung, atau yang disebut dengan "*lalalmpahan bobotoh*" hal ini menjadikan akun *@Galeribobotoh* sebagai salah satu akun dari bentuk komunitas. Pada sisi ini keunikan dari akun *@Galeribobotoh* adalah penggunaan aksara sunda pada konten aktivitas pertandingan, hal tersebut menjadi artefak dari budaya internet yang dihasilkan oleh akun ini, sebab pada akun lain tidak ada konten yang sama dengan apa yang ditampilkan oleh akun ini.

3. **Objek media dari akun Media Sosial instagram *@Galeribobotoh***

menggunakan seluruhnya dengan bahasa sunda sebagai bahasa komunikasi baik dalam penulisan *caption* atau interaksi lain yang dilakukan seperti pada *snapgram* dan *livegram*. *Bobotoh* pun menggunakan bahasa sunda dalam hal berinteraksi pada kolom komentar. Hal ini membuat penggunaan bahasa sunda sebagai artefak budaya dari budaya internet yang dihasilkan oleh *bobotoh* yang mayoritas orang sunda dan oleh akun *@Galeribobotoh.* Penggunaan aksara sunda dan bahasa sunda yang dilakukan oleh *bobotoh* tidak hanya meninggalkan hal tersebut sebagai artefak dari budaya internet yang dihasilkan namun juga menjadikan akun *@Galeribobotoh* sebagai suatu identitas yang mewakili. Dalam hal ini identitas yang dibawa adalah identitas kesundaan yang dimiliki oleh *bobotoh* Persib Bandung.

4. **Pengalaman media dari akun Media Sosial instagram *@Galeribobotoh***

Akun yang dibentuk dengan motif ingin menyediakan wadah untuk bobotoh di *cyberspace*. Selain itu akun ini pun menjadi wadah aspirasi bobotoh dan menjadi media tatap muka bobotoh di *cyberspace*, selain untuk interaksi akun ini pun digunakan untuk mengangkat eksistensi bobotoh di *cyberspace.* Sehingga akun ini pun menghasilkan efek tersendiri bagi *bobotoh* atau pun menghasilkan artefak budaya dari budaya internet yang dilakukan oleh *bobotoh* dan akun *@Galeribobotoh.* Selain dari pada itu *@Galeribobotoh* menjadikan akun ini menjadi suatu simbol dari rasa fanatis atau kecintaan pada suatu hal yang disebut dengan *culture fans.*

5. **Aktivitas Komunikasi Bobotoh Persib Bandung Dalam Dunia Siber (cyberspace) Melalui Akun Media Sosial @Galeribobotoh**

dengan menciptakan budaya dan mengahasilkan budaya sebagai artefak budaya internet yang mereka lakukan. Sehingga dari aktivitas komunikasi yang dilakukan *bobotoh* dalam akun *@Galeribobotoh* mampu mengkonstruksi akun tersebut mejadi sebuah sarana bagi komunitas nyata *(offline)* menjadi sebuah ruang untuk komunitas di dunia siber atau *cyberspace* atau disebut dengan komunitas virtual. Akun ini pun berjenis komunitas *Gemeinschaft* yang diakibatkan dari kegiatan interaksi yang mereka lakukan. Selain dari pada itu penggunaan aksara sunda pada dokumen media dan penggunaan bahasa sunda sebagai bahasa komunikasi pada objek media menjadikan kedua hal tersebut sebagai identitas diri sebagai masyarakat sunda bagi akun *@Galeribobotoh* dan juga *bobotoh* itu sendiri yang dikonstruksi di dunia siber atau *cyberspace.* Akibat rasa fanatis inilah menjadikan akun *@Galeribobotoh* menjadi akun yang dapat dibilang sebagai akun yang muncul akibat dari adanya *culture fans* di kalangan *bobotoh* Persib Bandung dengan adanya keberadaan internet.

5.1. Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Kepada akun *@Galeribobotoh* diharapkan penelitan ini dapat membantu akun agar lebih kreatif dalam mengeksplorassi fitur dan fasilitas yang diberikan oleh Instagram, Seperti menggunakan *meme* sebagai konten dalam melakukan interaksi, sehingga informasi yang diberikanpun bersifat ringan dan mampu menjadi konten yang menarik perhatian dari *bobotoh* dalam melakukan interaksi dalam *cyberspace.*

2. Kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan kajian sejenis dengan apa yang peneliti lakukan, khususnya bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia jurusan Ilmu Komunikasi, maka hendaknya harus terlebih dahulu ikut terjun dalam seluruh kegiatan subjek penelitian, sehingga nantinya akan mendapatkan beberapa artefak budaya yang dapat dikaji lebih mendalam, dengan begitu budaya internet yang diteliti pun akan menjadi spesifik dan mendalam dalam melihat bagaimana suatu budaya internet dapat terbentuk dan menjadi fenomena sosial yang ada pada masyarakat sebagai penghasil budaya tersebut.

3. Kepada Universitas Komputer Indonesia khususnya bagi prodi Ilmu komunikasi diharapkan untuk memberikan studi – studi lain sebagai kajian suatu penelitian, sehingga para mahasiswa akan terus menggali dan menghasilkan penelitian – penelitian dengan metode terbaru. Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang multidisiplin sehingga banyak metode penelitian yang akan dihasilkan, seperti etnografi virtual yang menjadi salah satu kajian yang dihasilkan dari ilmu komunikasi dalam memandang fenomena budaya internet.

4. Kepada bobotoh juga masyarakat Kota Bandung untuk menggunakan media sosial sebaik mungkin, yang dimana pada saat ini media sosial menjadi suatu kebudayaan di masyarakat. media sosial merupakan media yang termediasi internet yang berfungsi sebagai penyalur pesan/ atau informasi dalam bentuk komunikasi massa yang dilakukan oleh Bobotoh Persib Bandung khususnya. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan baru untuk bobotoh dalam memanfaatkan media sosial @Galeribobotoh sebagai media aktivitas komunikasi kelompok suporter bola di dunia siber.

Daftar Pustaka

Buku :

Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuntitatif dan Kualitatif.* Bandung : Simbiosa

Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2010). *Ilmu Teori dan. Filsafat. Komunikasi.* Bandung: PT. Rosdakarya Bandung.

Hikmat, M.M. (2010). *Komunikasi Politik: Teori dan Praktek Dalam Pilkada Langsung.* Bandung: Simbiosa.

Hine, C. (2001). *Etnography virtual.* E-book : google.com.

Holmes, D. (2012). *teori komunikasi media, teknologi, dan masyarakat.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kuswarno, E. (2008). *Etnografi Komunikasi.* Bandung: Widya Padjadjaran.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.* Jakarta: Kencana.

Moleong, L. J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitati (edisi revisi).* Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.

Mulyana, D. (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Rosda karya Bandung.

Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi antar budaya di era budaya siber.* Bandung: Simbiosa.

Nasrullah, R. (2014). *Teknik dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Kencana.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa.

Nasrullah, R. (2017). *etnografi virtual.* Bandung: Simbiosa.

Soedarsono, D. K. (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi.* Bandung: Simbiosa.

Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (mix methods).* Bandung: Alfabeta.

Tomic, A., & Lengel, L. T. (2004). *Computer Mediated Commnunication-Social Interaction And The Internet.* California: Sage Publications.

Sumber Lain :

Penelitian :

Dermawan, D. (2016). *LOYALITAS BOBOTOH PERSIB BANDUNG DALAM MERAYAKAN KEJUARAAN LSI 2014 (Studi Fenomenologi Tentang LOYALITAS BOBOTOH PERSIB BANDUNG DALAM MERAYAKAN KEJUARAAN LSI 2014).* Bandung: Uneversitas Pasundan.

Hakiki, R. (2016). *DAKWAH DI MEDIA SOSIAL (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar).* Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.

Indriyanti, E. (2003). *Hubungan Fanatisme Dan Agresifitas.* Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Leonard, A. (2016). *PERANAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI EKSISTENSI DIRI (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peranan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri Pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/ 2016).* Surabaya: Universitas Sebelas Maret.

Jurnal :

Aditya Nugraha, R. H. (2015). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL : STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *JURNAL SOSIOTEKNOLOGI, Vol.14,No.3,* 237 - 245.

Andriana, N. (2013). MEDIA SIBER SEBAGAI ALTERNATIF JEMBATAN

KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmu Politik Volume 10, No.2*, 79 - 93.

Arif, M. C. (2012). Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodelogi Kajian Media Berasis Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2,no.2 (ISSN: 2088-981X)*, 165 - 179.

Fatma Dian Pratiwi, M. (2014). COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper). *Jurnal Komunikasi Profetik, Vol.7, No.1*, 29 - 44.

Khanza Gusrini Fadlia Aulia, M. T. (t.thn.). INTERAKSI SOSIAL DI ANTARA PARA PENGGUNA MEDIA SOSIAL ASK.FM (Studi Etnografi Virtual Pada Pengguna Ask.FM). *file:///D:/Skripsi/Referensi/16.04.237_jurnal_eproc.pdf*.

Setyowati, N. L. (2013). FENOMENA PERILAKU FANATISME SUPORTER SEPAK BOLA. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan No 1 Vol 1*, 180 - 195.

Internet :

Blogsauted. 2013. *Pengertian Internet, Kegunaan/Fungsi Internet, dan Sejarah Internet***.** Melalui http://blogsauted.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-internet-kegunaanfungsi.html [06/03/2017]

Studinews. 2015. *8 Pengertian Internet Menurut Para Ahli Lengkap***.** Melalui http://www.studinews.com/2015/12/8-pengertian-internet-menurut-para-ahli_27.html [06/03/2017]

Artikelsiana. 2015. *Pengertian Internet, Fungsi, Manfaat & Sejarah Internet***.** Melalui http://www.artikelsiana.com/2015/09/pengertian-internet-fungsi-manfaat-sejarah.html [24/02/2017]

Wijiones. 2012. *Pengertian Dunia Maya*. Melalui http://wijiones.blogspot.co.id/2012/03/pengertian-dunia-maya.html [28/02/2017]

Hidayat, W. 2014. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Melalui https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media [28/02/2017]

Sugiharto, B. *Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda*. Melalui http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/ [26/02/2017]

Salamadian. 2016. *Fakta tentang Bobotoh Persib Bandung*. Melalui http://salamadian.com/fakta-tentang-bobotoh-persib-bandung/ [27/02/2016]

Agustyananto, M. 2016. *Bobotoh: Kultur yang Tak Pernah Mati dari Generasi ke Generasi*. Melalui http://www.fourfourtwo.com/id/features/bobotoh-kultur-yang-tak-pernah-mati-dari-generasi-ke-generasi?page=0%2C2 [27/02/2017]

Orgix. 2014. *Definisi dan Fungsi Hashtag Pada Sosial Media*. Melalui http://organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media [27/02/2017]