

## MERUMUSKAN ELEMEN “TAWURAN VIRTUAL” ANTAR FANS SEPAKBOLA DI INDONESIA

Faridhian Anshari

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila Jakarta  
faridhian@univpancasila.ac.id

Diajukan: 13-04-2018; Direview: 26-05-2018; Diterima: 27-06-2018;

### **Abstract**

Currently, created a shift in the trend of a supporter war that normally occur in the real world to become football fans war in the virtual world. According to the observations of the researcher, this trend of virtual fans war it always happens in any postings containing information of two big European clubs, namely Barcelona and Real Madrid. The seeds of the dispute may also be spurred by favoring that impressed Instagram caption nor the shape of satire. Through the review of the methods of Conversation Analysis of the comments of the two most popular and active football themed Instagram account (@bola\_gila) and (@berita\_sepakbola), then this research managed to formulate elements of a war that consisted of five (5) types the football fans of the characters often appear in process virtual fans war. In addition, the study also yielded findings in the form of eight (8) different types of indicators trigger the creation of a virtual fans war, as well as three (3) forms of violence that often occurs during a fans war.

**Keywords:** Fans War, Virtual, Football, and Instagram.

### **Abstrak**

Saat ini, tercipta pergeseran tren tawuran *supporter* yang biasanya terjadi dalam dunia nyata menjadi tawuran *fans* sepakbola dalam dunia maya. Menurut observasi peneliti, tren “tawuran virtual” *fans* ini selalu terjadi dalam setiap postingan yang mengandung informasi dua klub besar Eropa, yaitu Barcelona dan Real Madrid. Bibit perselisihan juga dapat dipacu oleh *caption* Instagram yang terkesan memihak maupun berbentuk sindiran. Melalui tinjauan metode *Conversation Analysis* dari kolom komentar dua akun Instagram terpopuler (@bola\_gila) dan teraktif (@berita\_sepakbola) yang bertemakan sepakbola, maka penelitian ini berhasil merumuskan elemen tawuran yang terdiri dari lima (5) tipe karakter *fans* sepakbola yang kerap muncul dalam proses tawuran virtual. Selain itu, penelitian ini juga menghasilkan temuan berupa delapan (8) jenis indikator pemicu terciptanya tawuran virtual, serta tiga (3) bentuk kekerasan yang sering terjadi selama tawuran.

**Kata kunci:** Tawuran, Virtual, *Fans*, Sepakbola, dan Instagram.

### **PENDAHULUAN**

Sosial media sudah menjadi kebutuhan sehari-hari sebagian orang di dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Banyak pihak yang berpendapat bahwa, tanpa sosial media seperti facebook hingga Instagram, koneksi sosial dengan manusia lain jadi terbatas dan susah terjangkau. Pendapat yang tidak salah namun dapat juga dibantahkan. Seperti yang sering dikemukakan dalam berbagai kajian mengenai dampak *new media*, terutama sosial media, bahwa setiap penggunaan media baru dipastikan mempunyai dua sisi mata pisau

yang sama-sama tajam. Selalu ada keuntungan maupun kerugian dari penggunaannya. Dennis McQuaill (2010) kerap mengucapkan bahwa kritik dalam penggunaan new media akan timbul, seiring menipisnya penggunaan dan eksistensi media tradisional yang berimbas kepada manajemen dan ekonomi media itu sendiri.

Penyebaran akan penggunaan sosial media juga merambah dalam dunia olahraga. Sisi utama yang paling menonjol dari dampak media baru ini adalah dari aspek meningkatnya loyalitas *fans* atau *supporter* (Boyle dan Haynes, 2009). Dalam

konteks ini *fans* yang didefinisikan sebagai satu orang sekumpulan orang yang mencintai sebuah klub olahraga atau salah satu cabang olahraga, menjadi semakin bebas dalam mengekspresikan apa yang ada dibenaknya terkait kecintaannya yang sangat mendalam. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh kementerian Pemuda dan Olahraga (2015), maka akan mengerucut dalam tiga cabang olahraga yang digemari oleh penduduk Indonesia (baik sebagai penikmat permainannya maupun sebagai *spectators*: pengamat atau penontonnya saja). Sepakbola, kemudian disusul bulutangkis, dan tinju sebagai peringkat ketiga menjadi tiga cabang olahraga yang paling digemari di Indonesia.

Sepakbola selalu menjadi cabang olahraga yang paling diminati oleh berbagai negara dibelahan dunia, sebagai permainan maupun sebagai olahraga yang cukup diamati atau ditonton. Berdasarkan riset yang diungkapkan oleh Iswandi Syahputra dalam karyanya “Pemuja Sepakbola: Kuasa Media Atas Budaya” (2016), bahwa khalayak penikmat sepakbola di Indonesia terbagi dalam dua tipe besar, yakni sebagai *supporter* yang mendukung dan menonton sepakbola secara langsung di lapangan dan *fans* yang bertindak sebagai pengamat saja, tanpa harus ikut berpeluh keringat bermain sepakbola di lapangan, tetapi sangat mencintai klub yang dibelanya. Sehingga terlihat perbedaan yang signifikan dalam membedah penelitian mengenai *supporter* dalam media.

*Fans*, khususnya *Supporter* sepakbola di Indonesia sering diidentifikasi dengan istilah tawuran. Kata tawuran sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) mempunyai arti sebagai perkelahian massal, yang melibatkan minimal dua pihak tertentu. Dalam konteks sepakbola, tawuran *supporter* sendiri sering acapkali terjadi karena perselisihan antara *supporter* sebuah klub dengan *supporter* klub lainnya dikarenakan rasa fanatisme yang berlebihan. Salah satunya dapat timbul dari perasaan marah atau tidak puas hingga tidak dapat menerima hasil akhir pertandingan yang didapatkan oleh klub kecintaannya. Perselisihan *supporter* terjadi hampir diberbagai negara dibelahan bumi, tidak hanya di Indonesia saja. Sejarah perselisihan antar *supporter* paling awal diketahui terjadi di negara Inggris, yang kemudian para *supporter* fanatiknya dikenal dengan nama *The Hooligans*

(Carnibella, 1996). Dalam bukunya “Tamasya Bola” (2016), Darmanto Simaepa menjelaskan bahwa perselisihan yang timbul antar *supporter*, sudah menjadi bagian hidup dari berbagai lapisan masyarakat di berbagai negara di dunia.

Franklin Foer dalam bukunya Memahami Dunia Lewat Sepakbola (2006) menjelaskan bahwa peperangan yang terjadi dalam sejarah peradaban dunia bahkan dapat timbul dari permasalahan sepakbola. Perang saudara di Serbia yang merupakan pecahan Uni Soviet adalah saksi hidup bagaimana sepakbola juga menjadi elemen yang melahirkan perdebatan antar pendukung yang bisa berakibat kepada perpecahan antar lapisan masyarakat. Namun disisi lain sepakbola yang mengedepankan reaksi antar *supporter* dan *fans* nya juga dapat meleburkan dinding-dinding perbedaan sosial antar lapisan masyarakat. Sudah menjadi hal lumrah, bahwa dalam sebuah pertandingan sepakbola kaum borjuis dapat bersanding dengan kaum buruh yang kastanya jauh berada dibawah (Beth, 2003).

Perkembangan zaman, yang turut menyertakan *new media* sebagai salah satu unsur besar didalamnya juga turut mewujudkan melebarnya tawuran *supporter* keranah baru. Berbagai perkelahian *supporter* yang terjadi diberbagai belahan dunia, merupakan perkelahian yang terjadi secara real di dunia nyata. Perkelahian yang timbul, merupakan perselisihan yang lebih bersifat baku hantam secara nyata yang dilakuakn antar *supporter* kedua belah pihak. New media dengan dasar elemen internet serta bersifat tidak mengenal ruang dan waktu, turut melahirkan pertengkaran yang terjadi oleh *supporter* klub sepakbola yang berada dibelahan bumi bagian lain. Perkelahian antar *supporter* yang awalnya bersifat nyata, merambah ke perkelahian dalam dunia maya. Namun yang bukan *supporter* yang terlibat perang, namun jenis berbeda yakni *fans*.

Belum ada yang menemukan titik awal perkelahian antar *fans* dalam dunia maya, serta faktor-faktor utama yang mendorong lahirnya perselisihan lewat kata-kata yang tertuang secara virtual dan digital. Peneliti mencoba menemukan berbagai faktor lahirnya perang kata-kata hingga gambar antar *supporter* dalam dunia maya, namun masih belum menemukan titik terang. Beberapa literatur merujuk kepada, perkelahian bisa timbul

karena klub sepakbola yang dicintai oleh *fans*, turut hadir dalam dunia maya lewat akun resmi yang mengedepankan informasi cepat, benar, dan langsung dari "dapur" klub sepakbola tersebut. Hampir seluruh klub sepakbola besar didunia sudah mempunyai akun sosial media resmi (baik itu fan pages Facebook, akun Twitter, Google+, channel Youtube resmi, hingga akun Instagram). Di Indonesia sendiri, penggunaan sosial media oleh klub sepakbola sudah mulai berjalan semenjak tahun 2010, yang diawali oleh Persib dan Persija. Hingga tahun 2014, hampir 80% klub sepakbola peserta liga utama Indonesia telah menggunakan sosial media (terutama facebook) sebagai media interaksi, informasi, dan *branding* untuk *supporter* dan *fans* (Anshari & Prastya, 2014).

Peneliti telah melakukan riset dengan melihat berapa banyak akun Instagram yang bertemakan berita sepakbola yang lahir di Indonesia. Per 1 Juli 2017, terdapat 45 akun Instagram berbahasa Indonesia yang membahas berita sepakbola sbegai konten utamanya. Dari ke-45 akun tersebut, mempunyai jumlah *followers* yang beragam. Langkah berikutnya yang peneliti tempuh adalah menyaring ke 45 akun isntagram tersebut kedalam kategori akun Instagram dengan *followers* diatas 10.000 *followers* (biasanya dalam isntagram akan muncul huruf "K" disamping angka jumlah *followers*). Berdasarkan data yang ada, peneliti mendapatkan 21 akun Instagram yang mempunyai jumlah *followers* cukup banyak, diatas 10.000 *followers*. Langkah berikutnya adalah, peneliti mengerucutkan kembali 21 akun Instagram tersebut menjadi 5 akun Instagram yang paling banyak jumlah *followers*nya, maka akan dihasilkan data tabel 1.

Namun kategorisasi Instagram juga dapat dikur dari keaktifan tingkat pengunaan yang diwakilkan dari jumlah postingan yang tertera dalam beranda akun (lihat tabel 2). Dari data yang tertera, maka dapat dilihat bahwa kelima akun paling banyak jumlah *followers*nya, juga merupakan kelima akun yang paling aktif dari sisi postingannya. Untuk memepermudah ranah penelitian, peneliti memilih menggunakan dua akun Instagram yang merupakan akun terpopuler dan teraktif, yakni akun @bolagila dan @berita\_sepakbola

Tabel 1. Akun IG terlaris per 1/7/2017

Sumber: Data observasi peneliti

No	Nama Akun	Jumlah Followers
1	Bolagila	946 k
2	Berita_sepakbola	593 k
3	Plesbol	468 k
4	Seputar_bola	395 k
5	Kepoball	369 k

Tabel 2. Akun Instagram teraktif per 1 Juli 2017

Sumber: Data observasi peneliti

No	Nama Akun	Jumlah Postingan
1	Berita_sepakbola	18.662 post
2	Kepoball	12.551 post
3	Bolagila	10.162 post
4	Plesbol	8.963 post
5	Seputar_bola	8.753 post

Hal lain yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah penggunaan studi kasus dalam masing-masing postingan akun Instagram. Setiap akun mempunyai konten berita berbeda yang akan diposting walaupun masih dalam satu tema besar yaitu berita sepakbola. Agar penelitian ini menjadi spesifik dan tersudut pada satu berita yang sama, maka diperlukan penyeragaman berita yang akan dijadikan sebagai objek analisis, yang nantinya akan dilihat lebih jauh dalam postingan komentar *fans* dalam kolom komentar Instagram. Studi kasus yang peneliti angkat adalah final Liga Champions UEFA musim 2016/2017 yang dilangsungkan pada tanggal 3 Juni 2017.

Situs media olahraga cultureindo.com pada pertengahan tahun 2017 mencatat bahwa Barcelona menempati posisi tertinggi sebagai klub sepakbola yang mempunyai jumlah *fans* terbanyak di Indonesia (kurang lebih sebanyak 49 juta jiwa). Posisi kedua disusul oleh Real Madrid yang memiliki pengikut di Indonesia sebanyak kurang lebih 46 juta jiwa. Posisi berikutnya baru diikuti oleh beberapa klub asal Inggris, Manchester United dan klub asal italia, Juventus (www.cultureindo.com). Dari data tersebut dapat ditarik bahwa sebenarnya persaingan Barcelona dan Real Madrid sebagai dua klub besar Eropa rasa Spanyol,

juga telah melebar keluar arena lapangan hijau. Persaingan dalam jumlah *fansbase* dan *supporter* di seluruh penjuru dunia juga menjadi “indikator persaingan” lain oleh kedua klub besar ini.

Hal lain yang dapat dicermati adalah peranan *caption* yang dituliskan oleh akun Instagram bertemakan berita sepakbola di Indonesia. Berdasarkan pengamatan peneliti, tawuran *fans* dalam dunia maya terutama dalam kolom komentar Instagram dapat dipicu oleh tiga unsur utama, yakni: *Caption* yang ditulis oleh admin, gambar dari postingan admin, maupun kata-kata yang tertuang dalam kolom komentar. Peranan sang admin akun Instagram menjadi penting disini. Contoh utama dapat dilihat dari postingan akun Instagram @bolagila sebagai pemilik akun terbanyak diikuti di Indonesia. Dalam postingannya pada tanggal 4 juni 2017, beberapa menit setelah Real Madrid memenangi final UEFA liga champions 2017, admin akun @bolagila menuliskan *caption* yang menyindir pihak *supporter* Barcelona (dapat dilihat dalam gambar 1).



Gambar 1. Potingan akun Instagram @bolagila terkait kemenangan Real Madrid dalam final UCL 2017.

Sepakbola diciptakan dan dikumandangkan oleh Jules Rimet untuk menciptakan perdamaian dan sebagai alat pemersatu, bukan sebagai alat pemecah hingga timbulnya perpecahan, tawuran, hingga perang yang saat ini mulai terlihat dalam dunia maya. Penelitian ini sendiri, mencoba mencari tahu secara rinci terkait elemen perselisihan dalam dunia olahraga yang meliputi pola, tipe perusuh, pemicu pertengkaran, hingga bentuk perselisihan (Cashmore & Cleland, 2014) yang dapat diamati dalam kolom komentar kedua akun Instagram tersebut. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah elemen tawuran virtual yang meliputi bagaimana pola yang terjadi dalam

tawuran virtual; bagaimana karakteristik *fans* yang terlibat sehingga menimbulkan pemicu dalam tawuran virtual dan apa saja bentuk kemarahan dalam tawuran virtual?

## LITERATUR DAN METODOLOGI Khalayak Sepakbola Dalam Wujud *Supporter*, *Spectators*, *Followers*, dan *Fans*.

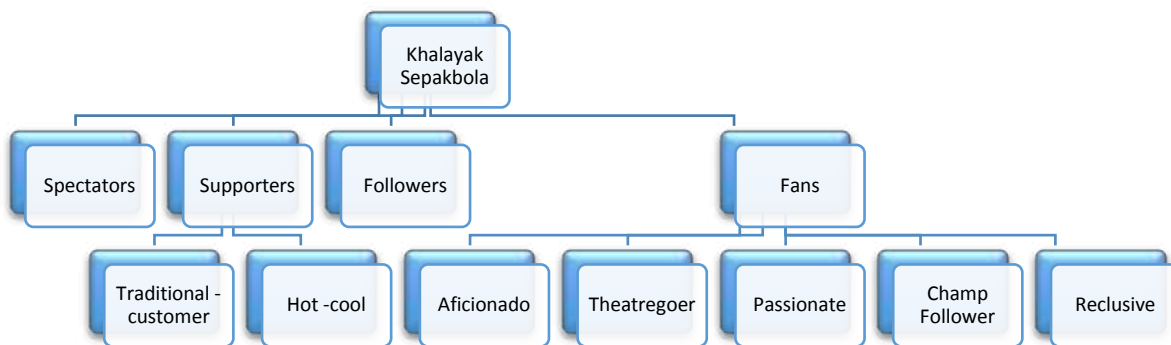
Orang awam, secara sederhana akan melihat keempat wujud *supporter*, *Spektator*, *followers*, dan *fans* sebagai bentuk yang sama. Munro dalam literturnya: *Sports Fan Culture and Brand Community* (2006), mencoba menyempurnakan temuan yang sempat diangkat oleh Richard Giulianotti terkait definisi dan perbedaan jenis *supporter* sepakbola. Munro berhasil mendefinisikan tipe khalayak sepakbola menggunakan pisau sosialogi serta identitas budaya menjadi seorang pendukung sepakbola. Sehingga, khalayak sepakbola yang kemudian dikenal luas dengan berbagai nama, berhasil di bagi ke dalam empat jenis karakter dan tipe yang berbeda, yakni: *spectators* (penonton), *supporters* (pendukung), *followers* (pengikut), dan *fans* (penggemar).

Jika ditelusuri lebih dalam, maka Giulianotti (2006), menggambarkan kelima karakter tersebut secara sangat spesifik. Spektator lebih dilukiskan sebagai sekumpulan orang yang menonton suatu pertandingan baik itu langsung di stadion ataupun lewat media televisi, spektator sendiri lebih sering digambarkan sebagai orang netral yang menonton sepakbola sebagai hiburan, sehingga tidak mempunyai tendensius berlebih akan sebuah tim tertentu. Sementara itu, *supporter* digambarkan lebih spesifik dibandingkan spektator. *Supporter* didefinisikan sebagai penonton yang memberikan dukungan terhadap satu klub sepakbola yang sedang bertanding. Mereka bisa saja berasal dari *fans* klub sepakbola yang bertanding, atau bisa saja orang yang hanya ingin mendukung sebuah klub. Kata “*supporter*” sendiri digambarkan lebih tajam yang bersifat simpatik yang lebih menjurus kepada tertarik sesaat.

Jenis berikutnya, *followers* digambarkan mempunyai ikatan yang lebih dalam dari *supporter*. *Followers* didefinisikan sebagai orang yang menonton dan mendukung sebuah klub sepakbola karena mengikuti orang lain. Banyak faktor yang coba digali lebih dalam dari definisi ini. Faktor

yang sering muncul karena mulai adanya rasa tertarik berlebih dari sekedar menonton menjadi mengikuti, namun menjurus kerasa yang lebih dalam untuk menjadi bagian dari *fans* sebuah klub sepakbola. Jenis berikutnya yang merupakan *fans*, digambarkan adalah tingkat tertinggi karena menggemari sebuah klub sepakbola. Mereka

adalah sekumpulan orang yang memiliki ikatan emosional yang kuat dengan salah satu klub. *Fans* sendiri dapat terbentuk karena budaya turun temurun yang dibina dalam sebuah lingkaran *inner* seseorang, atau juga bisa lahir karena ikatan emosional yang berawal dari tingkatan seseorang masih menjadi *spektator* maupun *supporter*.



Bagan 1. Pemecahan jenis khalayak sepakbola, yang diungkapkan oleh Giulianotti (2006) dan Munro (2006).  
Data: olahan peneliti.

**Karakter *Fans* Sepakbola Sebagai Pembeda dengan Karakter *Supporter*.**

Perasaan yang muncul dalam seorang *fans* adalah ikatan emosional karena sangat mencintai klub tersebut. Sedangkan *fans* yang berkembang dalam jumlah lebih besar dapat dikategorikan sebagai *fanship*, yang mempunyai definisi sebagai afiliasi dimana banyak makna emosional dan nilai yang beasal dari keanggotaan kelompok. *Fanship* sendiri lebih berupa kumpulan kelompok orang yang menikmati sepakbola dan mencurahkan perhatiannya untuk berfikir, berbicara, dan berorientasi pada satu klub sepakbola yang digemarinya (Jacobson dalam Syahputra, 2016). Kata kunci yang coba diungkapkan oleh Jacobson adalah kegairahan dan keterikatan batin yang hanya dimiliki oleh sekumpulan *fans* klub sepakbola.

Di Indonesia sendiri, rasa keterikatan tersebut muncul, lebih karena keterikatan yang dipengaruhi oleh media massa. *Followers* sosial media Instagram klub sepakbola eropa yang berada di Indonesia lebih tepat dikategorikan sebagai karakter *fans* dibandingkan karakter sebagai seorang *supporter*. Berangkat dari definisi yang diutarakan oleh Munro (2006), bahwa *supporter* lebih bersifat sebagai pendukung langsung

dilapangan selama pertandingan, sedangkan karakter follower Instagram lebih cocok dengan karakter *fans* yang mencintai klub tersebut tanpa harus menonton langsung dilapangan, namun selalu mengikuti perkembangan klub tersebut.

Dalam perkembangannya, karaktersitik *fans* sepakbola sendiri berhasil dikategorisasikan lebih rinci. Iswandi Syahputra (2016), mencoba mendefinisikan jenis *fans* sepakbola yang ada di Indonesia. Karaktersitik *fans* olahraga (khususnya sepakbola) ditinjau dari sisi motivasi dan perilaku *fans*. (Lihat Tabel 3)

Penelitian in menggunakan pendekatan kualitatif yang percaya bahwa fenomena yang dibentuk merupakan turunan dari masalah sosial yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga proses pencariannya menggunakan ketepatan dan pemahaman yang tepat dalam melihat konstruksi sosial dan fenomena sosial yang ada (Wimmer & Dominick, 2011). Penelitian ini menggunakan metode *conversation analysis* atau analisis percakapan yang masih terdapat kaitan dengan *discourse analysis* atau analisis wacana. Hal utama yang menjadikan *conversation analysis* berbeda dengan *discourse analysis* adalah pada letak penggunaan wacana sebagai unit analisisnya. Jika

Tabel 3. Karakteristik *Fans* berdasarkan Perilaku dan Motivasi.  
Diambil dari buku *Pemuja Sepakbola* karya Iswandi Syahputra, 2016.

No	Jenis <i>Fans</i>	Motivasi	Perilaku
1	<i>Aficionado</i>	Mendukung klub karena kualitas dan performa klub	-Mengikuti pertandingan klub. -Memiliki klub lain, tapi tetap setia pada klub asli. -Tergabung dalam <i>fansclub</i> resmi
2	<i>Theatregoer</i>	Mendukung klub karena mencari hiburan semata	-Loyal kepada satu tim -Loyalitas berubah jika terpuruk -Menonton pertandingan klub lain juga
3	<i>Passionate</i>	Mendukung klub karena berharap timnya menang	-Loyalitas jangka pendek -Responsif terhadap klub saat jaya atau terpuruk
4	<i>Champ Follower</i>	Mendukung klub ketika klub pada masa kejayaan	-Loyalitas jangka pendek -Loyal kepada tim yang berjaya
5	<i>Reclusive</i>	Mendukung klub karena partisan	-Loyal kepada klub tetapi jarang menonton pertandingan -Memiliki identifikasi yang kuat

dalam analisis wacana menitikberatkan pada teks yang tersembunyi dan terlihat dalam media, maka dalam *conversation analysis*, unit analisis yang digunakan langsung tertuju pada percakapan atau dialog yang terjalin didalamnya.

Analisis percakapan dipilih serta dirasa tepat dalam penelitian ini karena pada dasarnya percakapan adalah manifestasi penggunaan bahasa untuk berinteraksi. Mey (2001:137) berpendapat bahwa wujud penggunaan bahasa tersebut dapat dilihat dari dua aspek. Aspek pertama adalah isi, yaitu aspek yang memperhatikan hal-hal seperti topik atau konten yang didiskusikan dalam percakapan, bagaimana topik disampaikan dalam percakapan: apakah secara eksplisit, melalui presuposisi, atau diimplisitkan dengan berbagai macam langkah. Selain itu jenis topik yang dikemukakan apakah mengarah pada topik lain dan ada tidaknya alasan yang melatarbelakangi hal tersebut terjadi. Selain itu, fokus lain dari aspek ini adalah pola topik dalam percakapan dan bagaimana topik dikelola, baik disampaikan dengan cara terbuka maupun dengan manipulasi secara tertutup, yang biasanya dalam bentuk pembicaraan tidak langsung. Kedua adalah aspek formal percakapan. Fokus utama dalam aspek ini adalah hal-hal seperti bagaimana percakapan bekerja; aturan yang dipatuhi; dan bagaimana *sequencing* 'keberurutan' dapat dicapai

dengan memberikan dan memperoleh giliran atau menggunakan mekanisme *turn-taking*, jeda, interupsi, maupun *overlap*.

Penelitian ini menitikberatkan kepada penemuan berbagai macam elemen *fans* sepakbola *online* yang tertuang dalam tawuran virtual di media sosial Instagram. Penggunaan analisis percakapan dirasa cukup tepat untuk menemukan rangkaian elemen yang saling berkaitan dalam tawuran *fans* sepakbola dalam dunia maya. Peneliti berharap, pembaca tidak mencari tahu mengenai jenis tawuran maupun proses dari terciptanya tawuran virtual ini. Sekali lagi, penelitian ini mempunyai fokus penelitian untuk melihat karakter, pola, pemicu, dan bentuk kemarahan yang timbul dari *fans* sepakbola ketika terjadi tawuran virtual di media sosial Instagram, bukan mengenai bagaimana tahapan, langkah, proses hingga strategi tawuran virtual itu sendiri yang menjadi batasan penelitian.

## DISKUSI

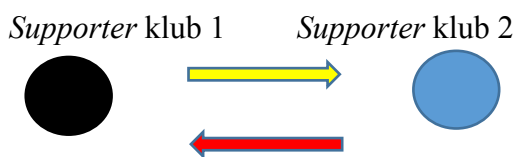
### Pola Tawuran Sepakbola Dalam Dunia Maya.

Beberapa temuan dan observasi yang terangkum dalam *Republik Gila Bola* (Ubaidillah, 2008), menceritakan bahwa dapat terjadi dalam fase sebelum pertandingan sepakbola berlangsung, ketika pertandingan dilangsungkan dalam stadion, dan sesudah pertandingan selesai yang menentukan

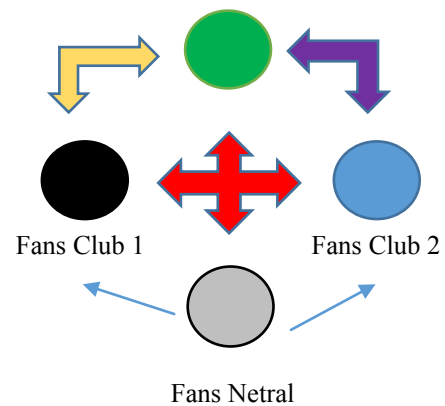
siapa tim yang dapat meraih kemenangan dan yang harus tertunduk lesu meratapi nasib kekalahan.

Fase tawuran *supporter* sesudah pertandingan, adalah tawuran yang sangat sering terjadi hampir disetiap pertandingan sepakbola dalam dunia nyata karena melibatkan baku hantam dan kekerasan fisik yang dapat menyebabkan banyak pihak. Indikator hasil kemenangan dan kekalahan yang menjadi pemicu utama dari perkelahian massa antar *supporter*. Menariknya, hal yang sama juga terjadi dalam “tawuran virtual” di setiap pertandingan sepakbola yang melibatkan pertarungan *fans* nya dalam dunia maya. Tawuran antar *fans* juga sering terjadi sebelum pertandingan berlangsung. Dalam hal ini, sering terjadi peperangan antar kata dalam sosial media yang melibatkan “adu prestasi” antar masing-masing klub yang didukung oleh *fans*. Selama pertandingan berlangsung, juga menjadi fase “tawuran virtual” yang cukup menarik untuk ditunggu. Berdasarkan observasi peneliti, fase tawuran virtual selama pertandingan berlangsung (yang biasanya ditayangkan *live* oleh sosial media, maupun dalam wujud *update* skor oleh masing-masing akun sosial media) belum akan memunculkan benih-benih kebencian dibandingkan fase selanjutnya. Fase yang paling berbahaya dan yang akan menimbulkan perang komentar, adalah fase sesudah pertandingan berlangsung. Skor akhir menjadi indikator paling wahid dalam memunculkan perang kata-kata antar *fans*.

Perbedaan yang cukup mendasar jika melihat pola yang terjadi dalam “tawuran virtual” adalah peperangan dapat melibatkan empat pihak yang berbeda, yakni sang pemilik atau admin akun, *fans* klub sepakbola yang menang, dan *fans* klub sepakbola yang kalah, serta *fans* klub lain yang ikut dalam percakapan. Bandingkan dengan tawuran dalam sepakbola dunia nyata, pola yang terjadi hanyalah antar *supporter* klub.



Gambar 2. Pola tawuran sepakbola dunia nyata. Pemilik/Admin Akun



Gambar 3. Pola tawuran sepakbola dunia maya.

Pola komunikasi yang biasa terjadi adalah, *top-down*, yang semua berawal dari postingan admin Instagram. Disini letak keunikan yang terjadi dalam tawuran virtual. Setiap posting yang dikeluarkan oleh pihak admin, tidak selalu menyindir atau menyudutkan salah satu pihak, namun tetap akan menghasilkan perselisihan dibagian *followers* atau *fans*. Faktor yang timbul bisa dari saling mengejek antar *followers*, hingga masalah skor akhir. Peran *fans* netral yang biasanya menjadi *followers* Instagram, tidak akan berpengaruh cukup banyak dalam menghentikan tawuran dalam kolom komentar.

Namun, tawuran virtual akan lebih berbahaya jika posisi admin sebagai komunikator pesan ikut memberikan kalimat ejekan atau sindiran melalui *caption* utama. Dampak yang dihasilkan akan sangat beragam. *Chaos* dapat terjadi dalam kolom komentar Instagram akun tersebut. Karena pola yang dihasilkan adalah cacik maki antar kedua *fans*, ditambah masih adanya balas ejekan yang langsung ditujukan kepada admin sebagai pemicu, serta masih adanya peran *fans* netral yang mencoba menengahi yang kerap kali malah menambah keributan.

### Merangkai Hubungan Karakter Fans Sepakbola Sebagai Pemicu Tawuran.

Perang kata-kata dalam tawuran virtual yang melibatkan *fans* sepakbola antar klub yang berbeda juga berhasil memunculkan karakteristik yang beragam. Lewat metode *conversation analysis*, peneliti berhasil menghimpun lima karakteristik utama dari *fans* sepakbola Indonesia yang terlibat

dalam tawuran virtual di kolom Instagram. Studi kasus yang digunakan adalah tawuran virtual ketika sebelum-sedang-sesudah pertandingan Final Liga champions 2017 berlangsung pada 4 Juni 2017. Final yang melibatkan pertikaian *fans* dua klub Real Madrid dan Juventus, juga turut menyeret *fans* klub Barcelona dalam roda perselisihan. Sehingga, cukup dimengerti bahwa dalam konteks ini akan sering muncul perdebatan yang melibatkan *decu* (sebutan untuk *fans* Barcelona di Indonesia). Namun, karena dorongan dan pancingan dari postingan admin (lihat gambar dibawah ini), maka mau tidak mau *fans* Barcelona akan ikut besuara dan menjalin perang kata-kata.



Gambar 4. Bentuk kalimat *caption* dalam postingan Admin Instagram @bola\_gila yang bernada menyindir.

Lewat *caption* tersebut, kita dapat menduga bahwa memang adanya kalimat sindiran dari admin Instagram, yang kelak akan memancing *fans* Barcelona juga terlibat dalam tawuran virtual ini. Sebenarnya, yang menjadikan studi kasus berita final Liga Champions 2017 ini menarik adalah, hilangnya suara *fans* Juventus dalam perselisihan dikolom komentar. Berdasarkan observasi teks yang dilakukan peneliti dalam 1395 komentar, hanya sekitar 50 atau 4% komentar saja yang menggambarkan dan menyerukan suara hati *fans* Juventus. Justru *fans* Barcelona yang mengambil alih proses percakapan dan turut menjadi aktor utama dalam tawuran virtual ini.

Peneliti juga melakukan eksperimen dalam penelitian ini, dengan melibatkan postingan dari salah satu Instagram bertemakan sepakbola yang paling aktif di Indonesia. Dalam postingan akun

@berita\_sepakbola pada tanggal 4 juni 2017 terkait final Liga Chamopins, mereka menuliskan *caption* yang bersifat netral dan tidak memancing pihak tertentu. Namun yang unik adalah, dari 261 komentar yang muncul di kolom komentar, proses tawuran virtual tetap terjadi dan tetap melibatkan *fans* Barcelona didalamnya.



Gambar 5. Bentuk kalimat *caption* dalam postingan Admin @berita\_sepakbola yang bernada netral.

Berdasarkan data dua media Instagram diatas, peneliti menganalisis dan mengobservasi 1656 komentar dari total jumlah komentar kedua akun Instagram tersebut. Percakapan yang timbul dalam kedua kolom komentar tersebut cukup beragam, dan berhasil merumuskan lima karakteristik utama *fans* sepakbola di Indonesia:

**Karakter Sportif.** Karakteristik *fans* yang memiliki sifat sportif, dapat dilihat dari kesiapan mentalnya untuk tidak mau terlibat dalam tawuran virtual. Biasanya mereka akan bersuara sesudah pertandingan selesai, dan menyampaikan selamat atas kemenangan klub lawan tanpa memberikan kalimat ejekan atau sindiran. Selain itu, biasanya tipe *fans* seperti ini hanya akan keluar satu kali dalam kolom komentar, tanpa diikuti oleh komentar berikutnya.



Gambar 6. Contoh *fans* sepakbola dengan karakter sportif.

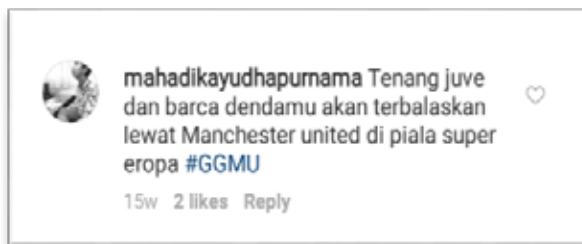


*Karakter Netral.* Karakter *fans* yang memiliki sifat netral biasanya bukan merupakan *fans* dari salah satu klub yang bertanding. Mereka hanyalah penikmat sepakbola, yang menjadi *followers* akun sosial media dan kerap berkomentar mengenai berita sepakbola yang sedang hangat. Tipe *fans* seperti ini akan muncul ditengah-tengah perdebatan, dan biasanya akan mengisi komentar tanpa menyinggung indikasi isu perselisihan yang mulai panas. Seperti yang terlihat dalam contoh postingan dibawah ini:



Gambar 7. Contoh *fans* sepakbola dengan karakter netral.

*Karakter Mencoba Menengahi.* Karakteristik *fans* seperti ini acapkali muncul dalam percakapan yang didefinisikan sebagai tawuran virtual di media sosial. Sebenarnya, *fans* sepakbola dengan karakteristik ini mempunyai hati yang mulia dan maksud yang baik. Niat tulus untuk mendamaikan kedua kubu yang sedang panas, terkadang tidak diikuti dengan usaha tepat oleh *fans* kedua kubu. *Fans* dengan karakter seperti ini akan muncul ketika proses perdebatan mulai terlihat, dan ketika tawuran sedang mencapai puncaknya. Seperti dalam gambar berikut:



Gambar 8. Contoh *fans* dengan karakter yang mencoba menengahi.

*Karakter Cepat Panas.* Karakter *fans* sepakbola yang mengedepankan emosi cukup sering menjadi bibit maupun benih dari tawuran virtual. Emosi yang terlalu mudah dipancing dan kerap kali buta mata dengan langsung melawan *fans* klub

lawan, tanpa memperhatikan etika yang ada dalam menggunakan media sosial. Seringkali karakter *fans* seperti ini disebut sebagai "*fans* sumbu pendek" yang lebih dimaksudkan cepat sekali emosi dan marah sehingga tawuran dapat berlangsung panas dan lama. Adapun dalam observasi teks yang dilakukan, peneliti berhasil membagi *fans* karakter "cepat panas" ini dalam empat tipe yang berbeda. Pembagian tipe pun didasari oleh alasan utama atau indikator pemicu. Alasan utama *fans* dengan karakter ini cepat panas adalah, karena klub yang disanjung dan dicintainya diejek oleh *fans* klub sepakbola lawan. Terkadang ejekan yang diberikan tidak selalu bersifat besar, namun karena "bersumbu pendek" maka proses perang kata-kata dan adu mulut dalam sosial media tidak dapat erelakan. Gambar dibawah ini adalah salah satu contoh *fans* yang cepat panas karena komentar dari *fans* lain yang menyinggung klub kebanggannya.



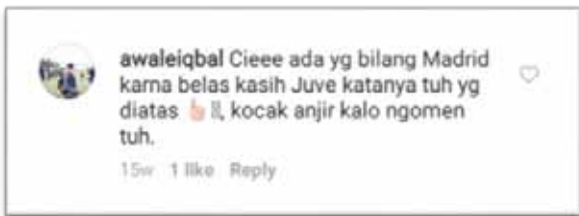
Gambar 9. Contoh karakter *fans* cepat panas dengan pemicu klub kesayangan diejek.

Alasan lain, seseorang maupun sekelompok *fans* menjadi cepat marah dan menimbulkan tawuran adalah ketika pemain idola dalam klub kesayangannya turut diejek oleh *fans* klub lain. Ejekan yang diberikan bisa berupa jeleknya permainan yang dibawakan hingga menyamakan kemampuan sang idola dengan pemain yang bukan berlabel bintang. Biasanya *fans* tersebut akan marah, dan mencaci maki seperti gambar dibawah ini:



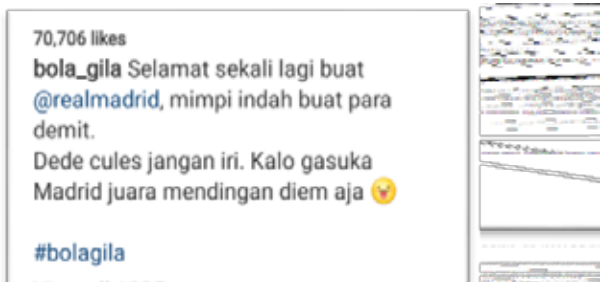
Gambar 10. Contoh karakter *fans* cepat panas dengan pemicu klub kesayangan diejek.

Pemicu lain yang dapat menyebabkan tawuran virtual yang beangkat dari karakter *fans* yang cepat panas adalah melawan komentar dari *fans* lain yang sok tahu, dan memberikan pendapatnya tanpa mengetahui pokok bahasan dan arah alur bahasan dalam pertengakaran komentar. Biasanya *fans* dengan karakter yang mencoba menengahi akan memberikan kalimat wejangan atau kalimat pendingin agar tawuran berhenti dan tidak berlanjut. Namun terkadang, kalimat yang diberikan juga bisa menjadi “blunder” dan tampak seperti kalimat yang mengandung unsur ketidakpercayaan atau “sok tahu”. Seperti yang terlihat dari amarah komentar dalam gambar dibawah ini:



Gambar 11. Contoh karakter *fans* cepat panas dengan pemicu *fans* yang sok tahu.

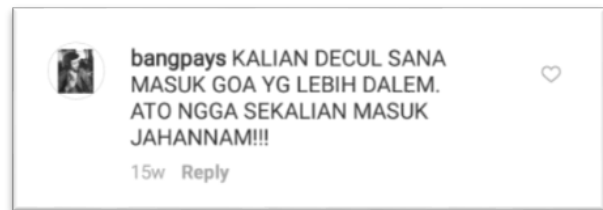
Salah satu alasan lain yang turut memicu tawuran dalam dunia maya adalah postingan atau komentar yang mengandung kesombongan dari salah satu *fans* klub yang terlalu membanggakan klub idolanya. Alasan yang satu ini berbeda dengan dengan alasan pertama yang mengejek klub lain, karena dalam konteks ini *fans* hanya memberikan postingan yang menunjukkan prestasi klubnya, tanpa tertuju kepada klub lawan. Namun dalam observasi peneliti, sebenarnya proses komparasi gelar juara seperti ini juga lama-lama kan menimbulkan kemarahan dan perselisihan. Seperti gambar dibawah ini:



Gambar 12. Contoh karakter *fans* cepat panas dengan kesombongan *fans* lain.

Selalu ada antonim atau kebalikan dari setiap karakter yang terlibat dalam sebuah konflik. Layaknya peribahasa “ada asap ada api” maka dalam konteks tawuran virtual, setiap *fans* yang cepat panas dan tersulut emosinya, pasti dipicu oleh posingan *fans* yang bersifat menjurus dan sangat provokatif. Karakter ini cukup berbahaya dan biasanya menjadi “penabur bensin” dalam proses tawuran. Postingan yang awalnya bersifat netral dapat berubah menjadi panas dan ramai dengan tawuran karena karakter provokatif yang satu ini. Peneliti behasil memecah karakter ini kedalam empat tipe yang dilatarbelakangi oleh tujuan provokasi.

Berdasarkan observasi peneliti, tujuan yang pertama ini adalah yang paling sering menjadi sumbu utama dalam proses tawuran virtual. Akan selalu ada satu atau sekelompok *fans* yang memberikan komentar yang langsung bertujuan untuk menyindir hingga menjelek-jelekan klub lain, tanpa membanding-bandingkan prestasi klub kebanggannya. Berikut ini adalah contoh dari postingan komentar yang memprovokasi tawuran lewat ejekan:



Gambar 13. Bentuk komentar yang bersifat provokatif dengan mengejek klub lain.

Tujuan lain yang cukup berbahaya adalah dengan membanding-bandingkan prestasi klub lawan. Dalam konteks tawuran, hal ini dapat menjadi pemicu utama *fans* lawan marah dan menyerang balik. Gelar dan kemenangan menjadi kunci utama dari startegi provokasi dalam karakter provokator yang menggunakan tujuan ini. Seperti yang terlihat dalam gambar dibawah ini:



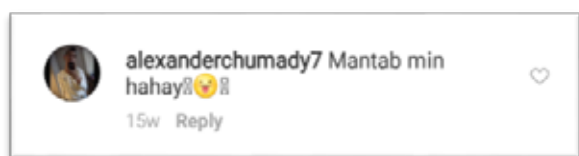
Gambar 14. Bentuk komentar yang bersifat provokatif dengan membandingkan gelar.

Tujuan yang satu ini lebih sering menjadi provokator dengan menyulut amarah salah satu orang saja, dan terkesan tidak ingin membesar dalam lingkup yang lebih luas. Tujuan yang satu ini secara psikologis lebih berhasil memancing amarah, karena spesifik tertuju kepada salah satu orang saja. Sehingga secara emosi juga membuat lawan yang dituju cepat panas dan menimbulkan kegaduhan. Contohnya alam gambar berikut:



Gambar 15. Bentuk komentar yang bersifat provokatif dengan menuju salah satu orang.

Berbeda dengan ketiga tujuan yang lain, terkadang ada juga *fans* yang mencoba menjadi “penambah bumbu” pertengkaran dengan berlandung dibalik pundak orang. Dalam hal ini jika proses tawuran dimulai dari postingan admin yang memihak salah satu pihak, atau menyindir klub lain, maka akan ada *fans* yang bertujuan provokatif dengan dalih mendukung admin, adapun niat sebenarnya adalah menambah panas pertengkaran yang sudah terjadi. Hal ini dapat dilihat dari contoh gambar dibawah ini:



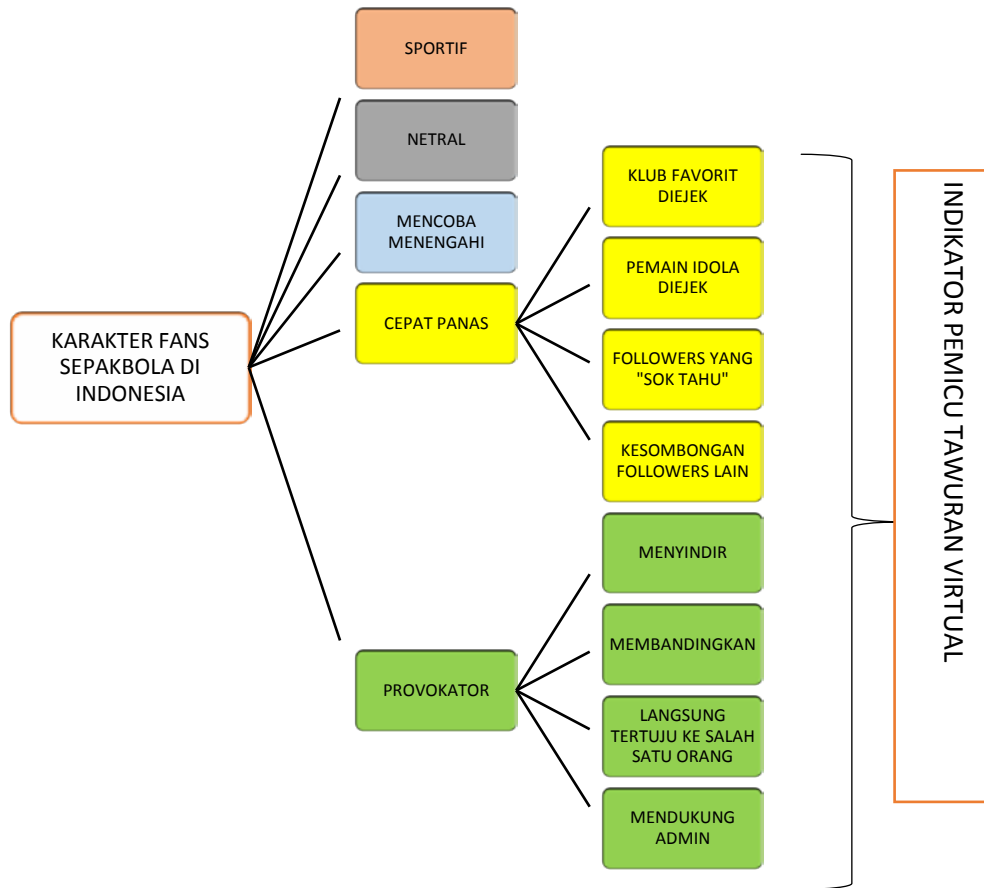
Gambar 16. Bentuk komentar yang bersifat provokatif dengan mendukung admin.

Setelah memahami masing-masing karakteristik dari *fans* sepakbola yang terlibat tawuran virtual, serta turut diberikan hubungan yang jelas antara tujuan dan alasan karakter dari pelaku dan pemicu tawuran virtual, maka peneliti merumuskan seluruh elemen dalam diagram diatas, yang didalamnya menggambarkan bagaimana beragam karakter dari *fans* sepakbola turut mempengaruhi terjadinya tawuran virtual yang kerap terjadi di sosial media. Dapat dilihat dari gambar olahan

peneliti (lihat gambar 17) bahwa karakter *fans* sepakbola dapat dibagi menjadi lima karakter yang berbeda, dimana dua karakter terakhir yakni “cepat panas” dan “provokator” menghasilkan beberapa turunan yang merupakan wujud dari alasan dan tujuan masing-masing karakter.

Peneliti berhasil menjangar dan menemukan tiga bentuk kemarahan yang biasanya tertuang dalam tawuran virtual. Antara lain seperti penggunaan kata maupun kalimat tidak pantas, penggunaan “capslock” yang kerap menandakan marah yang sangat besar, hingga penggunaan kata-kata yang bersifat ancaman. Peneliti akan mendetailkan keempat bentuk kemarahan tersebut dalam penjelasan dibawah ini. Seperti yang telah diungkapkan dalam penjelasan pada bagian karakteristik *fans*, bahwa terdapat lima karakteristik yang berbeda yang dapat digambarkan oleh *fans* sepakbola yang terlibat dalam tawuran virtual. Ketika terlibat tawuran, beberapa jenis karakter tetap akan menunjukkan kemarahannya lewat kata-kata. Dikarenakan medium yang digunakan adalah sosial media yang tidak dapat menghasilkan aksi langsung, maka digunakanlah kata-kata kasar yang mengandung amarah untuk meluapkan emosi yang ada. Selain itu, kelemahan sosial media yang hanya dibalut oleh undang-undang informasi dan transaksi elektronik, maka seolah-olah membebaskan pengikutnya untuk bebas berkata tanpa ada penyaringan yang tepat. Berdasarkan observasi peneliti, penggunaan kata kasar dan tidak pantas yang terlihat dari kolom komentar kedua akun berjumlah kurang lebih 500 kali, atau 35% dari total komentar. Ini adalah bentuk kemarahan yang paling mudah diluapkan. (Lihat gambar 18).

Berbeda dengan penggunaan kalimat kasar serta tidak pantas yang sangat mudah ditulis dan diucapkan, bentuk kemarahan yang satu ini memerlukan fokus tertentu kepada salah seorang *fans* maupun admin sosial media yang dituju. Ancaman yang diberikan dapat beragam, seperti melakukan *unfollow* akun, hingga meng-hack situs akun, bahkan yang mengajak bertemu diluar. Namun, salah satu ciri dari tawuran virtual adalah kecilnya kemungkinan terjadinya kekerasan anarkis yang beakibat pada kerusakan fisik seperti yang terlihat dalam tawuran sepakbola nyata. Jika melihat dalam studi kasus ini, bentuk ancaman kerap kali terjadi dalam 220 komentar yang ada



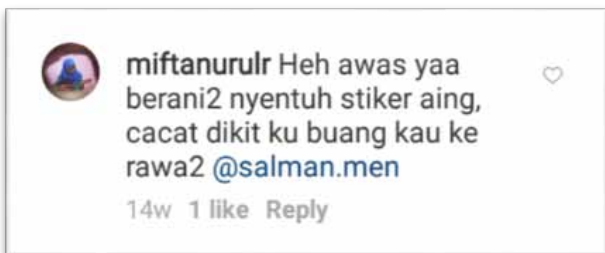
Gambar 17. Deskripsi karakteristik serta indikator pemicu tawuran fans sepakbola di Indonesia lewat analisis konten berdasarkan percakapan dalam kolom komentar instagram (Sumber: data olahan peneliti, 2017)

(sekitar 15%) dari total komentar dari kedua akun instagram. Salah satu bentuk ancaman yang kerap terjadi. (Lihat Gambar 19).

Penggunaan tanda baca yang ditulis besar (sering disebut *Capslock*) merupakan langkah simbolik yang menunjukkan bahwa orang tersebut sangat marah sehingga ingin menunjukkan emosinya tidak hanya lewat kata-kata yang ditulis, namun juga melewati struktur kata-kata yang ditulis. Penggunaan *capslock* sering diartikan sebagai marah yang cukup terkendali, dan sangat sering terlihat dalam setiap tawuran virtual yang ada. Dalam studi kasus ini, peneliti berhasil menghimpun 135 komentar (atau hanya 9% dari total komentar) yang menggunakan *capslock* untuk menandakan kemarahan mereka. Seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 18. Contoh bentuk kemarahan yang menggunakan kata-kata kasar.



Gambar 19. Contoh bentuk kemarahan yang menggunakan kata-kata ancaman.



Gambar 20. Contoh bentuk kemarahan yang menggunakan "capslock".

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, peneliti merangkum ketiga bentuk kemarahan yang sering terjadi dalam tawuran virtual lewat diagram dibawah ini. Jika diukur dari porsi bentuk kemarahan yang sering terjadi, maka urutannya adalah penggunaan kata kasar dan tidak pantas ada dilevel pertama yang paling sering digunakan. Diikuti oleh bentuk kemarahan lewat kalimat ancaman, serta penggunaan *capslock* yang cukup jarang menjadi bentuk terakhir yang sangat jarang digunakan.



Gambar 21. Hasil deskripsi bentuk kemarahan yang biasa tertuang dalam “tawuran virtual” fans sepakbola di Indonesia dalam kolom komentar Instagram.  
(Sumber: data olahan peneliti, 2017)

## SIMPULAN

Elemen pertama yang berhasil dibongkar dalam penelitian ini adalah pola tawuran virtual yang tidak hanya meliputi dua kubu saja. Pola yang terjadi lebih kompleks, karena meliputi admin sebagai pihak utama yang memberikan *caption* pembuka, bahkan masuknya *fans* yang bersifat netral yang berniat untuk meleraikan perang kata-kata. Cukup kompleks, karena melibatkan empat unsur yang berbeda, serta pola yang terjadi cukup variatif dengan saling menyerang antar kubu, bahkan adanya pola penyerangan masing-masing kubu terhadap admin sosial media.

Elemen lain yang dibongkar oleh peneliti meliputi karakteristik *fans* sepakbola yang terlibat dalam tawuran virtual. Secara garis besar terdapat lima karakter berbeda, yakni *fans* yang bersifat sportif, menghargai lawan, bersifat netral, tidak ambil bagian dalam perselisihan, *fans* yang bersifat menengahi, serta dua karakter yang menjadi aktor utama dalam proses tawuran yakni, *fans* dengan karakter cepat panas serta karakter *fans* yang provokator atau memancing keributan. Masing-masing karakter juga berhasil membentuk elemen

tersendiri yang akhirnya juga ikut terbongkar dalam penelitian ini, yaitu perkara indikator atau pemicu tawuran. Dapat ditemukan delapan indikator pemicu tawuran yang biasanya sering digunakan, antara lain klub idola yang diejek, pemain favorit yang disindir, hingga masalah seperti menyombongkan gelar klub kebanggangannya.

Dengan terpecahkannya indikator pemicu tawuran, maka elemen berikutnya yakni bentuk kemarahan yang kerap terjadi dalam tawuran virtual juga mulai terlihat jelas. Bentuk kemarahan yang beragam, dari penggunaan kata-kata kasar, kalimat bernada ancaman, hingga penggunaan simbol *capslock* merupakan bentuk kemarahan yang paling menggambarkan kemarahan *fans*. Dimana porsi penggunaan kata-kata kasar dan tidak pantas adalah bentuk kemarahan yang paling umum digunakan.

Penelitian ini juga menyisakan beberapa kunci penting lain yang dapat diteliti dalam penelitian selanjutnya. Persoalan kebebasan berekspresi serta tidak adanya literasi dan penyuntingan dalam penggunaan kata-kata kasar dan tidak pantas selama proses tawuran, haruslah menjadi pekerjaan rumah tersendiri untuk penelitian dalam kajian kebijakan media dan kode etik media, terutama penggunaan UU ITE. Sisi lain yang juga perlu dikaji lebih dalam adalah motif terselubung dari pemilik akun sosial media yang kerap memancing terjadinya tawuran. Perlu diperhatikan bahwa ada kesempatan lain yang kerap digunakan oleh pemilik akun sebagai ladang bisnis, kaitannya dengan monetisasi yang mengolah proses tawuran menjadi keuntungan materiil tersendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, Faridhian & Prastya, Narayana M. 2014. *Membaca Kompetisi Harian Olahraga di Indonesia, Menggunakan pendekatan Structure, Conduct, Performance*. Proceeding Indonesia Media Research Awards Summit 1st. Serikat Pekerja Surat kabar Indonesia. Jakarta. Hal 14.
- Arianti Gusmia. 2017. *Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path*. Jurnal Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Vol 16, No 02, (hal 180 – 192).

- Boyle, Raymond & Richard Haynes. 2009. *Power, Play, Sport, the Media, and Popular Culture. Second Edition.* Edinburgh University Press Ltd. UK
- Carnibella, Giovanni, Fox, Anne, Fox, Kate & McCann, Joe. 1996. *Football Violence in Europe.* SIRC, Social Issue Rsearch Centre Publications. UK
- Cashmore, Ellis & Cleland, Jamie. 2014. *Football's Dark Side. Corruption, Homophobia, Violence and Racism in The Beautiful Game.* Pallgrave Macmillan. UK
- Foer, Franklin. 2006. *Memahami Dunia Lewat Sepakbola.* Marjin Kiri. Jakarta
- Giulianotti, Richard. 2006. *Football: A Sociology of the Game.* Polity Press. Cambridge.UK.
- Jacobson, Beth. 2003. *The Social Psychology of the Creation of a Sport Fan Identity: A Theoretical Review of the Literature.* Athletic Insight, Volume 5, Issues 2. USA
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat, 2008, Gramedia Pustaka. Utama, Jakarta.
- McQuaill, Dennis.2010. *Teori Komunikasi Massa Edisi Kelima.* Erlangga. Jakarta.
- Mey, Jacob L. 2001. *Pragmatics: An Introduction.* Blackwell Publishing. Asutralia.
- Munro, Clayton Edward Steven. 2006. *Sports Fan Culture & Brand Community; An Ethnographic Case Study of The Vancouver Canucks Boster Clubs.* Faculty of Graduated Studies. University of British Columbia. USA
- Nugraha, Ubaidillah. 2008. *Republik Gila Bola.* Ufuk Press. Jakarta
- Simaepa, Darmanto. 2016. *Tamasya Bola, Cinta, Gairah, dan Luka dalam Sepakbola.* Penerbit Buku Mojok. DIY
- Syahputra, Iswandi. 2016. *Pemuja Sepakbola, Kuasa Media Atas budaya.* Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Wimmer, Roger & Dominick, Joseph. 2011. *Mass Media Research: An Introduction, Ninth Edition.* Wadsworth. USA
- Admin Instagram @bola\_gila. 2017. Caption Final Liga champions 2017 Real Madrid vs Juventus. [https://www.instagram.com/p/BU7EAdNg0\\_z/?taken-by=bola\\_gila](https://www.instagram.com/p/BU7EAdNg0_z/?taken-by=bola_gila) Diunduh tanggal 1 Juli 2017
- Admin Instagram @berita\_sepakbola. 2017. Caption Final Liga champions 2017 Real Madrid vs Juventus. [https://www.instagram.com/p/BU5EuauASUC/?taken-by=berita\\_sepakbola](https://www.instagram.com/p/BU5EuauASUC/?taken-by=berita_sepakbola) . Diunduh tanggal 1 Juli 2017
- Nugroho, Agung. 2017. 5 Klub Eropa yang Memiliki Jumlah Supporter Terbanyak di Indonesia. <https://www.cultureindo.com/9149/2017/04/18/5-klub-eropa-yang-memiliki-jumlah-suporter-terbanyak/> diunduh pada tanggal 10 Juli 2017
- Staff Kemeneterian Pemuda dan Olahraga. 2015. Imlek dan Olahraga Indonesia. <http://m.kemenpora.go.id/index/preview/berita/295/4> diunduh pada 10 Juli 2017