

MEDIA KOMUNITAS SUPORTER SEPAKBOLA SEBAGAI *OPINION LEADER* DI MEDIA SOSIAL

Qisthy Rabathy¹, Elly Komala², Robby Rachman Nurdiantara³, Annisa Fitri Rizqullah⁴,
Fairuz Rasendriya Rizqullah⁵

^{1,2,4,5} Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Jl. Lengkong Besar No.68, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat, 40261, Indonesia

³ Prodi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Halim Sanusi, Jl. Taman Siswa No.4, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat, 40116, Indonesia

Email:

¹qisthyrabathy@unpas.ac.id, ²elly.komala@unpas.ac.id, ³robbyrachmann@gmail.com,
⁴annisaftw18042003@gmail.com, ⁵rasendriya10@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the role of the Persib Bandung supporter community media as opinion leaders on Twitter. The objective is to understand social media activities, interaction patterns, and how community media shapes public opinion among supporters. Utilizing a qualitative approach with virtual ethnography and content analysis methods, the study finds that Viking Persib Club, Viking Frontline, and Simamaung play significant roles in shaping the opinions of Persib Bandung football supporters, known as Bobotoh. Viking Persib Club actively engages and organizes supporter activities, Viking Frontline provides in-depth critiques, and Simamaung offers news and analysis. The interaction between community media and its followers demonstrates that social media functions not only as a communication tool but also as a medium for building solidarity and supporter identity. Supporters actively participate in discussions and express their views. In conclusion, this study reveals the role of community media on Twitter in shaping supporter opinion and solidarity. The findings on social media activities within supporter communities offer valuable insights for designing communication strategies and pave the way for further research on the impact of social media on identity and community engagement in football.

Keywords: Bobotoh Persib, Community Media, Football Supporters, Opinion Leaders, Social Media.

Abstrak

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis peran media komunitas suporter Persib Bandung sebagai opinion leader di Twitter. Tujuannya adalah untuk memahami aktivitas media sosial, pola interaksi, dan bagaimana media komunitas membentuk opini publik di kalangan suporter. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual dan analisis isi, Hasil penelitian menyatakan bahwa Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung memiliki peran penting dalam membentuk opini suporter sepakbola Persib Bandung, Bobotoh. Viking Persib Club aktif berinteraksi dan mengorganisir aktivitas suporter, Viking Frontline menyajikan kritik mendalam, dan Simamaung menyediakan berita dan analisis. Interaksi antara media komunitas suporter dengan pengikutnya menunjukkan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai media untuk membangun solidaritas dan identitas suporter. Suporter berpartisipasi aktif dalam diskusi dan menyampaikan pandangannya. Kesimpulannya, penelitian mengungkap peran media komunitas di Twitter dalam membentuk opini dan solidaritas suporter. Temuan tentang aktivitas media sosial komunitas suporter dapat memberi panduan strategi komunikasi serta membuka peluang studi lanjutan tentang dampak media sosial pada identitas dan keterlibatan komunitas sepakbola.

Kata Kunci: Bobotoh Persib, Media Sosial, Media Komunitas, *Opinion leader*, Suporter Sepakbola.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Media sosial di era digital saat ini menjadi alat utama untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membentuk opini, terutama di era digital. Dengan fitur seperti kecepatan, jangkauan luas, dan interaktivitas, media sosial efektif mempengaruhi opini publik. Salah satu kelompok yang aktif memanfaatkannya adalah suporter sepakbola. Mereka tidak hanya mendukung klub, tetapi juga menyampaikan pendapat tentang isu-isu sosial melalui media sosial, termasuk Twitter.

Twitter, dengan fitur seperti tweet, reply, retweet, dan hashtag, menjadi platform favorit suporter untuk berdiskusi, menyampaikan opini, dan bahkan mempengaruhi pandangan publik. Misalnya, tragedi di Stadion Kanjuruhan menunjukkan bagaimana suporter menggunakan Twitter untuk mengekspresikan emosi dan opini, menciptakan polarisasi pandangan publik (Rabathy dkk., 2023).

Komunitas suporter Persib Bandung, seperti Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung, aktif di Twitter dengan jumlah pengikut besar. Misalnya, Simamaung memiliki lebih dari 1,6 juta pengikut. Mereka tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai *opinion leader* yang mempengaruhi opini publik di kalangan suporter.

Namun, ada tantangan dalam memahami bagaimana media komunitas ini mempengaruhi opini publik dan mengelola interaksi dengan pengikutnya. Polarisasi opini dan potensi konflik antaranggota suporter menjadi isu yang perlu perhatian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis

peran media komunitas suporter Persib di Twitter dalam membentuk opini publik, serta merekomendasikan strategi komunikasi yang efektif untuk mengelola interaksi dan meminimalkan konflik.

Penelitian ini juga mengisi celah studi sebelumnya, yang umumnya hanya membahas peran media sosial dalam membentuk opini publik secara umum. Dengan fokus pada komunitas suporter sepakbola, khususnya Persib Bandung, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang dinamika komunikasi di media sosial dalam konteks sepakbola Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana media komunitas suporter, yaitu Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung, berperan sebagai *opinion leader* di media sosial Twitter bagi komunitas suporter sepakbola Persib Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuannya adalah mengetahui dan menganalisis peran media komunitas suporter sebagai *opinion leader* di Twitter, memahami aktivitas dan peran *opinion leader* dalam interaksi antar anggota komunitas suporter di Twitter, menganalisis bagaimana media komunitas suporter membentuk dan mempengaruhi opini publik, serta menggambarkan pola interaksi dan komunikasi di antara anggota dan pengikutnya.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian diharapkan memberi wawasan kepada pengelola media komunitas suporter dalam

mengembangkan strategi komunikasi efektif di media sosial untuk mempengaruhi opini publik. Diharapkan juga dapat meningkatkan pemahaman akademisi tentang interaksi dan komunikasi di media sosial, khususnya dalam konteks komunitas supporter sepakbola, serta mendukung pengembangan kebijakan terkait penggunaan media sosial. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif dan pemikiran kritis di kalangan supporter untuk membantu dalam mengelola informasi dan berinteraksi dalam komunitas *online* dengan lebih bijak.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1. Komunikasi

Menurut Rogers dan Kincaid dalam Cangara (2006:19), komunikasi adalah proses antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi, yang akhirnya menciptakan pemahaman bersama. Rogers dalam Mulyana (2011:69) menambahkan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan ide dari sumber ke penerima dengan tujuan mengubah perilaku. Effendy (2003:55) menjelaskan bahwa komunikasi bertujuan mengubah sikap, opini, atau perilaku melalui pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan, agar pesan tersebut dapat dipahami dan diikuti.

2.2 Media Komunikasi

Hafied Cangara (2006) mendefinisikan media komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada audiens. Media ini melibatkan panca indera, seperti

mata dan telinga, yang menangkap pesan untuk diolah dan menjadi dasar tindakan. Media komunikasi dapat berupa gambar, berita, atau alat lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pandangan atau informasi.

Rini Darmastuti (2006:1) menambahkan bahwa media komunikasi mencakup media cetak maupun elektronik yang berfungsi memproduksi, mendistribusikan, dan menyampaikan pesan dalam proses komunikasi. Dengan demikian, media komunikasi adalah alat atau sarana yang mendukung penyampaian informasi secara efektif.

2.3 Media Sosial

Boyd dalam Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial sebagai perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain. Media sosial unggul dalam fitur *user-generated content* (UGC), di mana konten dibuat langsung oleh pengguna, bukan oleh editor seperti pada media massa tradisional. Media sosial juga merupakan bentuk konvergensi komunikasi personal (*one-to-one*) dengan berbagi publik yang dapat diakses siapa saja (Nasrullah, 2015). Melalui media sosial memungkinkan tercipta komunikasi dua arah, berbagi informasi, kolaborasi, dan interaksi, baik dalam bentuk teks, visual, maupun audiovisual.

2.4 Twitter

Twitter adalah salah satu media sosial populer di Indonesia, dengan sekitar 35 juta pengguna aktif atau 27% dari total pengguna media sosial di negara ini. Platform ini berfungsi sebagai jejaring sosial dan microblogging, memungkinkan pengguna mengirim pesan singkat, atau tweet, yang awalnya dibatasi 140 karakter dan diperluas menjadi 280 karakter pada 2017. Didirikan oleh Jack Dorsey pada 2006, Twitter menjadi salah satu situs paling sering dikunjungi di internet dan dapat diakses melalui situs web, aplikasi, atau SMS. Tweet bisa dilihat secara publik atau dibatasi untuk pengikut tertentu (Evans, Twomey, & Talan, 2011, dalam Nurdiantara, 2020).

Twitter memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi cepat melalui ponsel, pesan singkat, atau aplikasi di perangkat pintar. Platform ini mengadopsi konsep pengikut, di mana kicauan pengguna lain yang diikuti akan muncul di timeline secara kronologis terbalik (Nurdiantara, 2020).

2.5 Opini Publik

Opini publik berasal dari kata Latin opinari (berpikir atau menduga) dan publicus (milik masyarakat luas), yang berarti pandangan masyarakat terhadap suatu isu. Leonard W. Doob mendefinisikan opini publik sebagai sikap masyarakat terhadap suatu persoalan, sementara Noelle-Neumann menyebutnya sebagai pendapat yang dapat diungkapkan tanpa risiko isolasi, terutama terkait isu

kontroversial (Sudianto & Usman, 2019; Morissan, 2018).

Secara sederhana, opini publik adalah pandangan individu sebagai bagian masyarakat tentang suatu isu, yang dapat berupa persetujuan atau penolakan. Opini ini bersifat subjektif dan sering mencerminkan pandangan kolektif. Menurut Arifin (2011), opini publik memiliki tiga unsur utama: adanya isu yang relevan, diskusi dan kesepakatan di antara masyarakat, serta ekspresi pendapat melalui lisan, tulisan, atau tindakan. Jeremy Bentham menambahkan bahwa opini publik berfungsi sebagai kontrol sosial dan dasar demokrasi.

Opini publik dapat terbentuk secara terencana, misalnya melalui kampanye kelompok atau media, atau muncul spontan sebagai respons masyarakat terhadap isu tertentu (Sudianto, 2019).

2.6 Determinisme Teknologi dan *Computer Mediated Communication* (CMC)

Determinisme teknologi, menurut Krug (2005), adalah konsep yang menjelaskan bagaimana teknologi memengaruhi kehidupan manusia, termasuk mempercepat, mempermudah, dan mengubah cara kita berinteraksi. Dalam hal komunikasi, Susan Herring (1996) mendefinisikan *Computer Mediated Communication* (CMC) sebagai komunikasi yang dilakukan melalui komputer, terutama yang terhubung dengan internet. CMC memungkinkan orang untuk berinteraksi dan bertukar

informasi secara online (Rabathy dkk., 2021).

Penelitian ini menghubungkan determinisme teknologi dan CMC dengan interaksi suporter Persib Bandung di media sosial, khususnya Twitter. Sebagai teknologi komunikasi, Twitter memengaruhi cara suporter berkomunikasi, berbagi informasi, dan membentuk opini. CMC mendukung proses ini dengan menyediakan ruang untuk dialog, penyebaran informasi cepat, dan pembentukan komunitas virtual. Hal ini memperkuat solidaritas dan identitas suporter sekaligus mencerminkan bagaimana teknologi membentuk pola komunikasi sosial.

2.7 Kerangka Pemikiran

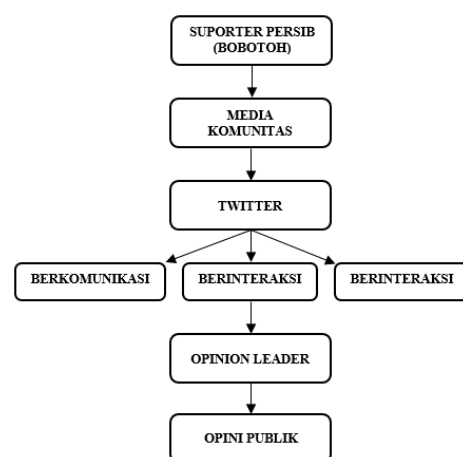
Media sosial telah menjadi media Di era digital, Twitter menjadi platform utama untuk interaksi, berbagi informasi, dan membentuk opini, termasuk bagi komunitas suporter sepakbola Indonesia, seperti Bobotoh Persib Bandung. Mereka aktif menggunakan Twitter untuk berkomunikasi tentang klub kesayangan mereka dan menyampaikan opini mengenai isu-isu terkini.

Interaksi di Twitter ini sering menghasilkan beragam pendapat yang pada akhirnya membentuk opini publik. Proses ini dipengaruhi oleh peran opinion leader, seperti media komunitas suporter Persib Bandung, yaitu Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung, yang memiliki banyak pengikut dan berperan penting dalam membentuk opini publik di Twitter.

Bagan alur pikir penelitian ini menggambarkan bagaimana Twitter

berfungsi sebagai media utama bagi Bobotoh untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan beropini. Dalam proses ini, media komunitas seperti Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung berperan sebagai opinion leader yang membantu membentuk dan mengarahkan opini publik di kalangan suporter.

Bagan 1 Alur Pikir Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti (2024)

3 Objek dan Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah aktivitas media sosial media komunitas suporter sepakbola Persib Bandung yaitu Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung, yang diidentifikasi sebagai *opinion leader* dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengikutnya di Twitter. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana media komunitas ini

membentuk opini publik di kalangan supporter Persib.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi interaksi kompleks dalam komunitas supporter Persib di Twitter, dengan menggunakan data narasi, komentar, dan deskripsi aktivitas dari postingan Twitter serta tanggapan pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang peran media komunitas supporter sebagai opinion leader di media sosial.

Analisis dilakukan dengan menggunakan etnografi virtual dan analisis isi. Etnografi virtual dilakukan untuk mengeksplorasi budaya dan perilaku komunitas supporter di Twitter, melalui pengamatan interaksi dan komunikasi yang terjadi di akun-akun komunitas tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam komunitas virtual untuk memahami pola interaksi. Sementara itu, analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema, pola, dan makna yang terkandung dalam komunikasi antara media komunitas dan pengikutnya, dengan menganalisis tweet, retweet, balasan, dan diskusi yang terjadi di Twitter. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk memahami bagaimana opini publik dibentuk dan dipengaruhi oleh interaksi tersebut.

4 Hasil dan Pembahasan

4.1 Aktivitas Media Komunitas Suporter Persib Bandung Viking Persib Club, Viking Frontline dan Simamaung di Twitter

Viking Persib Club, sebagai media komunitas supporter Persib Bandung, melalui akun Twitter @officialvpc, terlibat aktif dalam berbagai aktivitas,

seperti tweet, komentar, retweet, gambar, dan video. Aktivitas pertama yang dilakukan oleh Viking adalah berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengikutnya. Mereka sering merespons dan memfasilitasi diskusi melalui tweet dan retweet, menciptakan ruang interaktif yang dinamis. Hal ini memungkinkan para Bobotoh untuk berpartisipasi aktif dalam percakapan tentang topik seputar Persib Bandung dan kegiatan supporter. Aktivitas kedua adalah menyebarkan informasi cepat, akurat, dan terpercaya terkait Persib Bandung. Melalui akun @officialvpc, Viking berperan sebagai sumber utama informasi bagi Bobotoh. Setiap update yang dibagikan selalu tepat waktu dan dapat dipercaya. Sebagai contoh, tweet pada 2 Juni 2024 menampilkan video berdurasi 1 menit 32 detik dari perayaan kemenangan Persib di berbagai sudut kota. Tweet tersebut, dengan teks “Di setiap sudut kota, merayakan dengan penuh suka cita. IT’S COMING HOME!”, berhasil memicu euforia di antara para pengikutnya. Dengan lebih dari 95.6 ribu tayangan, 2.2 ribu likes, 640 retweets, dan 20 komentar, tweet ini menunjukkan tingkat engagement yang tinggi, menjadikan @officialvpc sebagai sumber informasi utama bagi komunitas supporter Persib. Hal ini memungkinkan supporter tetap terhubung dengan perkembangan terbaru klub, mengikuti momen penting, dan merasakan kebanggaan bersama atas pencapaian tim.

Gambar 1. Aktivitas Penyebaran Informasi Yang Cepat, Akurat, dan Terpercaya Terkait Klub Persib Bandung



Sumber: Twitter Viking Persib, 2024

Aktivitas ketiga Viking Persib Club adalah menciptakan keterlibatan aktif dengan pengikutnya. Selain menyebarkan informasi, mereka rutin berinteraksi dengan pengikut, menjawab pertanyaan, dan menggunakan humor untuk menciptakan suasana yang lebih dekat dan menyenangkan. Respons cepat ini meningkatkan keterlibatan karena pengikut merasa dihargai dan mendapatkan tanggapan langsung.

Aktivitas keempat adalah memfasilitasi diskusi terbuka mengenai berbagai topik seputar Persib Bandung. Akun @officialvpc sering mengajak pengikutnya untuk berdiskusi tentang strategi tim, performa pemain, dan isu-isu sepakbola lainnya. Diskusi ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara Viking Persib Club dan pengikutnya.

Aktivitas kelima adalah mengajak pengikut terlibat dalam aksi sosial. Selain berbicara tentang sepakbola, @officialvpc mendorong partisipasi dalam kegiatan sosial, seperti penggalangan dana atau amal. Misalnya, pada 9 Juni 2024, akun ini memposting tweet untuk menggalang dana bagi seorang suporter bernama Alvira yang terluka dalam konvoi kemenangan Persib. Aktivitas seperti ini tidak hanya membantu secara finansial, tetapi juga memperkuat solidaritas komunitas, menunjukkan bahwa media

sosial dapat memberikan dukungan nyata bagi anggota yang membutuhkan.

Gambar 2. Aktivitas Penggalangan Dana Untuk Suporter Yang Mengalami Kecelakaan Lalu Lintas Dari Akun Twitter Resmi Viking Persib Club (@officialvpc)



Sumber: Twitter Viking Persib, 2024

Aktivitas keenam Viking Persib Club yaitu mendorong kreativitas dan inovasi di kalangan suporter. Melalui ajakan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan, seperti pembelian tiket pertandingan, hadir di acara komunitas, dan partisipasi dalam koreografi stadion, Viking Persib Club berhasil menciptakan keterlibatan yang lebih besar di kalangan suporter. Kampanye "udunan koreo" yang bertujuan menggalang dana untuk koreografi stadion adalah contoh konkret bagaimana komunitas suporter dapat berkolaborasi dalam mendukung tim.

Selain itu, Viking Persib Club juga menunjukkan tanggung jawab yang tinggi terhadap transparansi dengan mempublikasikan laporan keuangan mengenai penggunaan dana. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa percaya suporter terhadap klub, tetapi juga memperkuat hubungan antara Viking dan komunitas mereka dengan menunjukkan bahwa setiap kontribusi digunakan untuk tujuan yang jelas dan terukur. Inisiatif ini tidak hanya mempererat rasa kebanggaan dan loyalitas, tetapi juga menunjukkan betapa pentingnya kolaborasi dan kepercayaan dalam mendukung tim kesayangan.

Aktivitas ketujuh adalah bekerjasama dengan sponsor dalam mendukung kegiatan klub dan operasional mereka. Dengan menjalin kemitraan dengan berbagai sponsor, Viking tidak hanya meningkatkan eksposur merek yang bekerja sama tetapi juga berkontribusi pada pengembangan komunitas melalui berbagai program CSR. Kampanye aktivasi sponsor, seperti promosi merek dan pengenalan produk, dilakukan dengan konten kreatif yang juga meningkatkan kesadaran akan keberadaan sponsor di kalangan suporter. Viking Persib Club memanfaatkan kerjasama dengan sponsor untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat. Salah satunya adalah melalui program CSR yang mendukung kegiatan sosial dan kepedulian lingkungan. Kerjasama ini juga membuka peluang untuk meningkatkan kesejahteraan anggota komunitas, dengan memberikan kesempatan kerja melalui mitra sponsor, seperti bengkel motor besar. Ini memperlihatkan bahwa Viking Persib Club tidak hanya berfokus pada keberlanjutan klub, tetapi juga berkomitmen pada pemberdayaan komunitas suporter secara luas, menciptakan nilai tambah yang lebih besar melalui hubungan yang saling menguntungkan.

Aktivitas kedelapan Viking Persib di Twitter melibatkan pengawasan terhadap performa tim dan kebijakan klub serta memberikan ruang bagi penggemar untuk menyuarakan pendapat, kritik, dan saran. Contohnya, mereka mengkritik kebijakan penukaran tiket yang rumit bagi bobotoh di luar kota, menuntut perbaikan sistem agar lebih memudahkan. Selain itu, Viking Persib juga menentang kebijakan kontroversial mengubah tanggal lahir Persib dari 14 Maret 1933 menjadi 5 Januari 1919, dengan alasan menjaga nilai

historis dan emosional yang kuat bagi penggemar. Melalui Twitter, mereka secara aktif menyuarakan penolakan terhadap kebijakan tersebut, menunjukkan komitmen untuk mempertahankan tradisi dan identitas klub yang dihormati oleh komunitas penggemar.

Aktivitas kesembilan Viking Persib di Twitter adalah berperan sebagai penengah konflik dan dukungan untuk anggotanya. Mereka aktif mengedukasi pentingnya perdamaian dan menyelesaikan masalah secara damai di antara suporter. Viking juga memberikan dukungan moral, emosional dan bahkan solusi konkret bagi anggota yang mengalami masalah pribadi atau perselisihan. Selain itu, mereka bekerja sama dengan pihak keamanan dan klub untuk menjaga keselamatan suporter, terutama saat ada potensi konflik. Viking Persib juga menunjukkan kepedulian terhadap anggotanya, seperti saat beberapa suporter ditangkap setelah pertandingan Persib melawan Persita. Mereka memberikan perlindungan hukum melalui LKBH Bobotoh, yang membantu suporter mendapatkan perlakuan hukum yang adil dan dibebaskan dari tuntutan. Dengan cara ini, Viking Persib tidak hanya menyelesaikan konflik, tetapi juga menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi komunitas suporter, serta memperkuat solidaritas di antara mereka.

Aktivitas kesepuluh Viking Persib di Twitter adalah peranannya sebagai Opinion Leader yang menginspirasi dan mempengaruhi komunitas suporter. Selain menyebarkan informasi tentang klub dan pertandingan, Viking menggunakan platform ini untuk berbagi pandangan mengenai isu-isu sepakbola dan Persib Bandung. Dengan pengikut yang besar dan loyal, Viking memanfaatkan Twitter untuk berdiskusi tentang perkembangan tim dan merespons peristiwa penting

dalam sepakbola, baik lokal maupun internasional.

Sebagai *opinion leader*, Viking mampu membentuk opini publik di kalangan suporter. Melalui interaksi aktif, mereka mengarahkan percakapan mengenai isu-isu penting dan menciptakan konsensus di antara pengikutnya. Viking juga mengorganisir acara komunitas, menggalang dukungan dalam penggalangan dana, serta melakukan kampanye CSR, yang semakin mempererat ikatan emosional dan loyalitas suporter terhadap klub. Dengan cara ini, Viking Persib tidak hanya menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan, tetapi juga mobilisasi komunitas untuk memperkuat identitas bersama sebagai bagian dari Bobotoh Persib.

Selanjutnya adalah aktivitas dari media komunitas Frontline Boys Club atau lebih dikenal dengan Viking Frontline dengan akun twitter @v_frontline_pc. Merupakan salah satu media komunitas suporter Persib yang merupakan bagian dari distrik Viking Persib Club. Salah satu media komunitas yang memiliki pengikut yang cukup besar di twitter. Media Komunitas ini lebih berfokus pada interaksi langsung dengan pengikut melalui diskusi terbuka dan tanya jawab mengenai berbagai isu terkait Persib. Akun Viking Frontline ini kerap dipandang sebagai akun yang memberikan opini yang kritis dan memfasilitasi dialog dan keterlibatan aktif suporter dalam isu-isu terkait klub Persib Bandung.

Viking Frontline, sebagai bagian dari media komunitas suporter Persib Bandung di Twitter, memiliki peran penting sebagai *opinion leader*. Mereka dikenal aktif dalam membangun kritik, opini, dan narasi kontra terkait Persib Bandung. Melalui akun Twitter mereka, Viking

Frontline sering mengulas isu-isu seputar performa pemain, kebijakan manajemen, dan masalah-masalah lain yang mempengaruhi klub. Mereka juga aktif memberikan pandangan kritis tentang berbagai aspek teknis dan non-teknis dalam dunia sepakbola, baik di dalam maupun di luar lapangan. Ini menegaskan peran mereka sebagai media komunitas suporter yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mempengaruhi pemikiran dan pandangan di kalangan Bobotoh dan penggemar sepakbola secara luas.

Viking Frontline tidak hanya memberikan pandangan positif, tetapi juga memberikan perspektif kritis dan kontra terhadap berbagai keputusan dan situasi dalam klub. Mereka berperan sebagai *opinion leader* yang berani menyuarakan pandangan objektif dan kritis, serta membangun dialog di antara suporter. Sebagai media komunitas, Viking Frontline berkontribusi dalam membentuk opini dan pemikiran di kalangan Bobotoh, serta mempengaruhi pandangan dalam komunitas suporter Persib Bandung di media sosial Twitter. Selain itu, mereka aktif membangun diskusi, kritik, dan opini terkait berbagai aspek yang mempengaruhi kinerja Persib Bandung, seperti strategi pelatih, keputusan manajemen, kondisi pemain, dan faktor lain yang dapat mempengaruhi performa tim.

Viking Frontline, sebagai media komunitas suporter Persib Bandung yang berpengaruh, memainkan peran penting sebagai *Opinion leader* di Twitter. Mereka tidak hanya menyampaikan pandangan, tetapi juga membangun dialog di antara sesama suporter Persib. Melalui pendekatan ini, Viking Frontline berhasil membentuk opini yang kuat dan mempengaruhi arah pandang dalam

komunitas suporter Persib Bandung di media sosial, terutama di platform Twitter. Aktivitas mereka sering kali menghasilkan opini, narasi, dan kritik yang mendalam terkait isu-isu relevan dengan Persib Bandung dan sepakbola secara umum, memperkuat posisi mereka sebagai sumber informasi yang dipercaya dan berpengaruh di kalangan Bobotoh dan penggemar sepakbola.

Aktivitas-aktivitas ini menciptakan ruang untuk pengikutnya untuk berpartisipasi dalam diskusi mendalam tentang berbagai masalah yang dihadapi oleh Persib Bandung, baik itu dalam aspek teknis maupun non-teknis. Viking Frontline memperkuat peran mereka sebagai *opinion leader* dengan memberikan sarana bagi komunitas suporter pendukung Persib untuk mengungkapkan kritik dan memberikan masukan yang bernilai bagi klub dan komunitas suporter. Hal ini menunjukkan keterlibatan aktif mereka dalam membangun pemikiran kritis dan mempengaruhi arah pandang dalam lingkungan suporter sepakbola.

Namun opini kritis yang dibangun Viking Frontline, tidak selalu sepenuhnya didukung oleh para pengikutnya. Ini sering menghasilkan perbedaan yang mencolok antara pandangan yang diungkapkan oleh Viking Frontline dengan pandangan suporter Persib lainnya. Kondisi ini wajar terjadi di media sosial yang memungkinkan berbagai sudut pandang berbeda. Setiap individu bebas menyuarakan pendapat, berdiskusi, dan mengemukakan argumen sesuai dengan preferensi dan perspektifnya. Dalam konteks komunitas suporter Persib Bandung, perbedaan ini mencerminkan dinamika kompleks yang terkait dengan berbagai isu dalam klub.

Simamaung (@simamaung) adalah media komunitas suporter yang fokus pada berita dan informasi seputar Persib Bandung. Berdiri sejak tahun 2009 sebagai forum diskusi online, Simamaung.com berkembang menjadi sumber utama informasi bagi Bobotoh di berbagai belahan dunia. Konsistensinya dalam menyajikan berita terbaru dan isu-isu aktual membuatnya menjadi pilihan utama suporter yang ingin memahami tim kesayangan mereka lebih dalam. Selain sebagai penyedia informasi, Simamaung aktif berinteraksi dengan suporter Persib di Twitter, mengadakan diskusi, menjawab pertanyaan, dan merespons komentar dari pengikutnya, yang membentuk komunitas yang aktif dan terlibat secara langsung.

Simamaung terkenal karena analisisnya yang mendalam dan kritis terhadap Persib Bandung. Mereka tidak hanya menyajikan informasi tetapi juga memberikan analisis tajam tentang performa tim, strategi pelatih, dan dinamika di dalam dan di luar lapangan. Kritik yang konstruktif dan opini yang mereka sampaikan berperan penting dalam membentuk pandangan suporter terhadap klub. Selain itu, Simamaung memiliki podcast yang membahas berbagai aspek terkait Persib, termasuk ulasan pertandingan, analisis taktik, dan diskusi mendalam tentang performa pemain. Podcast ini menjadi sarana untuk memberikan wawasan yang lebih luas kepada pengikut mereka di Twitter dan platform lainnya.

Dengan aktivitas yang komprehensif, analitis, dan kritis, Simamaung berhasil membangun reputasi sebagai *opinion leader* yang diandalkan dalam menyediakan informasi dan membentuk opini di kalangan suporter Persib Bandung di Twitter. Hal ini menjadikan akun

tersebut sebagai salah satu sumber utama pemikiran dan wawasan tentang klub sepakbola tersebut. Melalui berbagai aktivitasnya, Simamaung memperkuat posisinya sebagai media komunitas suporter yang terpercaya dan dihormati.

4.2 Pola Interaksi dan Komunikasi Media Komunitas Suporter Persib Bandung di Twitter

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunitas suporter Persib Bandung di Twitter, seperti @officialvpc dari Viking Persib Club, @v_frontline_pc dari Viking Frontline, dan @simamaung sebagai platform media independen, aktif dalam membangun interaksi dua arah dengan pengikutnya. Mereka tidak hanya mengunggah konten, tetapi juga merespons komentar, pertanyaan, dan pendapat pengikut, yang memperkuat peran mereka sebagai opinion leader. Melalui komunikasi ini, mereka mempengaruhi dan membentuk opini publik mengenai isu-isu klub, analisis pertandingan, serta keputusan manajemen dan kegiatan lainnya. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengikut, tetapi juga memperkuat solidaritas dalam komunitas suporter Persib Bandung di platform tersebut. Ketiga akun ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai pemimpin opini yang aktif dalam membimbing dan mengarahkan pandangan komunitas suporter terhadap berbagai isu terkait klub.

Pola komunikasi dua arah ini memungkinkan terciptanya dialog langsung antara pengelola akun dan komunitas pengikut, di mana berbagai isu klub, seperti kinerja tim, analisis pertandingan, keputusan manajemen, dan dinamika sosial antar-suporter, dibahas

secara terbuka. Dialog semacam ini tidak hanya memperkuat keterlibatan pengikut tetapi juga membangun rasa solidaritas dan identitas kolektif dalam komunitas suporter Persib Bandung. Misalnya, melalui diskusi tentang isu-isu klub, para pengikut merasa lebih terhubung dengan klub dan sesama suporter, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka.

Akun-akun media komunitas suporter Persib ini, berperan penting sebagai opinion leader yang mempengaruhi opini publik. Mereka menggunakan bahasa yang akrab dan komunikatif untuk mendekatkan diri dengan suporter, seperti saat memberikan sudut pandang tentang keputusan kontroversial manajemen klub. Selain itu, Twitter menjadi alat mobilisasi sosial yang memungkinkan suporter untuk berkolaborasi, mengorganisir dukungan, dan menyuarakan aspirasi mereka. Interaksi yang terjadi di platform ini membentuk ekosistem komunikasi yang dinamis, memperkuat solidaritas, dan meningkatkan keterlibatan suporter dalam isu-isu klub. Akun-akun ini tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membangun identitas dan solidaritas komunitas melalui interaksi digital.

Kesimpulannya, Media sosial telah menciptakan pola komunikasi yang lebih dinamis dan interaktif, di mana pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga ikut berkontribusi membuat konten. Fitur seperti komentar, retweet, dan berbagi memungkinkan terjadinya dialog langsung antara pengguna.

Hal ini terlihat pada akun-akun media komunitas suporter Persib di Twitter, seperti Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung, yang aktif berinteraksi dengan pengikutnya. Mereka tidak hanya mengunggah konten, tetapi juga merespons komentar dan pertanyaan. Memperkuat peran mereka sebagai

pemimpin opini yang mempengaruhi pandangan komunitas tentang berbagai isu klub.

Melalui komunikasi terbuka, akun-akun tersebut menciptakan ruang inklusif dan interaktif yang memperkuat solidaritas dan identitas komunitas suporter. Media sosial, terutama Twitter, berfungsi sebagai alat mobilisasi sosial yang memungkinkan suporter berkolaborasi dan mengadvokasi aspirasi mereka kepada manajemen klub.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Wulandari (2017), internet tidak hanya sebagai tempat penyimpanan informasi, tetapi juga menciptakan pola komunikasi baru. Media sosial, khususnya Twitter, memberi ruang bagi Bobotoh untuk berinteraksi, berbagi konten, dan memperkuat solidaritas. Fitur seperti komentar dan berbagi memungkinkan dialog langsung antara suporter dan akun komunitas, yang penting untuk membangun keterlibatan dan identitas kolektif. Di sini, setiap orang tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk opini dan pengalaman komunikasi di dunia digital.

4.3 Peran Media Komunitas Suporter Persib Bandung di Twitter Sebagai *Opinion leader*

Berdasarkan hasil penelitian, media komunitas suporter Persib Bandung di Twitter, seperti @officialvpc, @v_frontline_pc, dan @simamaung, berperan penting sebagai *opinion leader*. Mereka tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mempengaruhi dan membentuk opini publik melalui interaksi aktif dengan pengikutnya. Dengan analisis pertandingan, evaluasi pemain, dan kritik terhadap kebijakan klub, mereka

mendorong dialog yang mendalam di antara suporter, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat solidaritas komunitas.

Kesimpulannya, media komunitas suporter seperti Viking Persib Club, Viking Frontline, dan Simamaung memainkan peran sebagai *opinion leader* yang signifikan di Twitter. Mereka membentuk opini publik, mengarahkan sikap suporter terhadap berbagai isu klub, dan memperkuat posisi mereka sebagai penggerak utama dalam komunitas suporter. Hal ini sejalan dengan penelitian Rabathy, Komala, & Nurdiantara (2023:80), yang menunjukkan bahwa Twitter telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan membentuk opini publik, menciptakan ruang bagi dialog terbuka dan pengaruh terhadap persepsi masyarakat.

4.4 Pembentukan Opini Publik dari Media Komunitas Suporter Sebagai *Opinion leader* untuk Mempengaruhi Suporter Persib.

Media komunitas suporter Persib Bandung di Twitter, seperti @officialvpc, @v_frontline_pc, dan @simamaung, memainkan peran penting sebagai *opinion leader* dalam komunitas suporter. Selain menyebarkan informasi, mereka membentuk opini publik dan mempengaruhi tindakan suporter melalui interaksi aktif dan konten yang beragam, termasuk kritik terhadap kebijakan klub. Viking Persib Club fokus pada kampanye sosial, Viking Frontline dikenal dengan kritik tajamnya, dan Simamaung menyediakan analisis mendalam tentang performa tim dan kebijakan klub. Ketiganya bukan hanya penyedia informasi, tetapi juga penggerak opini dan aksi, memperkuat solidaritas di kalangan

Bobotoh. Melalui Twitter, media komunitas ini menciptakan ruang interaksi intens dan membangun hubungan personal yang kuat antara pengikutnya, yang pada gilirannya meningkatkan kredibilitas mereka. Dengan demikian, kampanye dan opini yang disampaikan berpotensi membentuk opini publik dan mempengaruhi pandangan serta tindakan suporter.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Viking Persib Club, Viking Frontline dan Simamaung, tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga berperan aktif sebagai agen perubahan dalam komunitas suporter. Aktivitas mereka di Twitter memperkuat solidaritas dan menciptakan interaksi dinamis antar anggota suporter. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayatulloh (2021) yang menjelaskan bahwa media komunitas suporter menjadi alternatif untuk menyuarakan aspirasi yang tidak mendapat tempat di media utama klub. Dengan pengelolaan yang baik dan literasi media, mereka berhasil menyuarakan kepentingan suporter baik secara online maupun offline. Media komunitas ini juga menjadi suara penting dalam pengambilan keputusan klub, serta berperan sebagai opinion leader dalam menyampaikan kritik terhadap kebijakan klub.

Pada intinya, aktivitas komunitas suporter di Twitter tidak hanya mengedukasi dan memberikan informasi, tetapi juga memperkuat identitas komunitas suporter yang aktif dan terlibat. Mereka menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk mobilisasi komunitas, partisipasi dalam kegiatan sosial, serta penguatan posisi mereka sebagai opinion leader dalam lingkungan sepakbola. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman lebih dalam tentang bagaimana media sosial

membentuk dinamika komunitas suporter dan peran penting mereka dalam ekosistem sepakbola di Indonesia.

Peneliti berargumen bahwa media komunitas suporter Persib Bandung yaitu Viking Persib Club (@officialvpc) dan Viking Frontline (@v_frontline_pc) dan Simamaung (@Simamaung) tidak hanya berfungsi sebagai media informasi bagi komunitas suporter, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang aktif dalam ekosistem sepakbola. Aktivitas-aktivitas di media sosial khususnya Twitter menunjukkan tentang peran media komunitas sebagai wadah untuk mengekspresikan kepentingan, solidaritas, dan suara kolektif suporter yang sering kali terabaikan oleh media utama klub.

Komunitas suporter menggunakan media sosial tidak hanya untuk berinteraksi, tetapi juga untuk memobilisasi dukungan, mengedukasi, dan menyampaikan kritik secara konstruktif terhadap kebijakan klub. Melalui penerapan fungsi manajemen dan literasi media yang baik, media komunitas menjadi opinion leader dalam komunitas suporter yang mampu memberikan kritik yang berpengaruh terhadap keputusan klub, dan menciptakan ruang bagi solidaritas serta identitas kolektif suporter.

Peneliti juga berpendapat bahwa aktivitas media sosial media komunitas suporter memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya sekadar media komunikasi, tetapi juga alat mobilisasi yang efektif untuk memperkuat keterlibatan komunitas suporter. Keaktifan mereka dalam menyuarakan aspirasi dan menggerakkan massa menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membentuk dinamika komunitas suporter dan memperkuat posisi mereka dalam

lingkungan sepakbola Indonesia. Penelitian ini memberikan wawasan bahwa media sosial, sebagai sarana penguatan identitas dan mobilisasi komunitas, berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan dan dinamika ekosistem sepakbola Indonesia secara keseluruhan.

5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Media komunitas suporter melakukan berbagai aktivitas beragam di twitter melalui interaksi aktif dan konten yang beragam, tidak hanya menyediakan informasi terkini tentang klub, tetapi juga menggerakkan aksi sosial, membangun diskusi yang bermakna, serta memperkuat solidaritas di antara Bobotoh.
2. Pola interaksi dan komunikasi media komunitas suporter terjadi secara dua arah dengan dengan pengikutnya. Interaksi aktif dengan pengikutnya terlihat dari tidak hanya mengunggah konten tetapi juga merespons komentar, pertanyaan, dan pendapat pengikutnya. Selanjutnya tercipta komunikasi yang intens, tidak hanya memperkuat keterlibatan pengikut tetapi juga membangun solidaritas dalam komunitas suporter.
3. Media komunitas suporter berperan sangat signifikan dalam komunitas suporter sebagai *opinion leader* yang aktif mempengaruhi dan membentuk opini publik melalui interaksi yang kritis dan mendalam dengan pengikutnya yang juga membentuk sikap dan perilaku serta arah pergerakan dalam komunitas, menegaskan perannya dalam

dinamika media sosial sebagai sarana komunikasi dan mobilisasi dalam komunitas suporter sepakbola.

4. Media komunitas suporter membentuk opini publik dan mempengaruhi tindakan suporter. Melalui interaksi aktif, konten beragam kritik terhadap kebijakan klub, kampanye sosial, dan aktivitas lainnya, dengan memanfaatkan media sosial Twitter, mereka menciptakan ruang interaksi yang intens, membangun hubungan personal yang kuat, dan meningkatkan kredibilitas di antara pengikutnya, yang pada akhirnya membentuk opini publik dan mempengaruhi pandangan serta tindakan suporter.

Selanjutnya peneliti memberikan saran dan rekomendasi penelitian, yaitu media komunitas suporter disarankan untuk terus menghadirkan konten yang beragam dan inovatif, seperti video, infografis, dan live streaming, untuk meningkatkan keterlibatan dan menjangkau audiens yang lebih luas. Edukasi tentang penggunaan media sosial yang efektif, melalui pelatihan dan workshop, juga penting untuk meningkatkan kesadaran anggota terhadap dampak opini yang disampaikan. Selain itu, memperkuat interaksi dua arah dengan pengikut melalui sesi tanya jawab, survei, dan respons aktif dapat membantu membangun hubungan yang lebih erat. Kolaborasi dengan organisasi sosial atau kemanusiaan juga diperlukan untuk memperluas dampak positif komunitas.

Monitoring dan evaluasi terhadap aktivitas serta analisis data media sosial juga dapat dilakukan untuk membantu menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan. Media komunitas juga dapat berperan penting dalam membangun narasi positif yang mendorong sportifitas,

perdamaian, dan dialog konstruktif, sehingga menciptakan interaksi yang lebih harmonis. Untuk mendukung keberlanjutan, penelitian lebih lanjut diperlukan guna mengeksplorasi peran komunitas sebagai opinion leader dalam membentuk opini publik dan dampaknya terhadap klub serta masyarakat.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fatanti, Megasari N. 2014. "Twitter Dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet." *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)* 16 (1): 17–30.
- Hidayatulloh, R. I. (2021). *Pengelolaan Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan Suporter Klub Sepakbola Lokal*.
- Junaedi, F., & Arifianto, B., D. (2017). *Berawal Dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepak bola: Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepak bola*. Litera: Yogyakarta.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Etnografi Virtual, Riset Komunikasi, Budaya Dan Sosio Teknologi Di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rabathy, Qisthy, Elly Komala, and Robby Rachman Nurdiantara. 2023. "Opini Publik Di Media Sosial Dalam Tragedi Stadion Kanjuruhan (Studi Etnografi Virtual Pada Media Sosial Twitter Suporter Sepakbola Indonesia)." *Jurnal Visi Komunikasi* 22 (1): 80–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v22i01.20987>.
- Robby Rachman Nurdiantara, "Pengaruh Media Sosial Twitter Dan Customer Engagement Terhadap Kepuasan Bobotoh Persib", *Jurnal Repository Pascasarjana Universitas Pasundan*, 2020.
- Syahputra, Iswandi. 2018. *Opini Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wulandari, T. A. (2017). *Internet Dalam Kajian Komunikasi Antarbudaya*. *Jurnal Common*, 1(1).