

Pergeseran Identitas Budaya Komunitas Supporter Surabaya di *Instagram*

Ririn Puspita Tutiasri

Ade Kusuma

(Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur, Surabaya

Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar Surabaya

email : ririn_puspita1989@yahoo.com; adekusuma185@gmail.com)

Abstrak

Bonek merupakan panggilan pendukung tim sepakbola Persebaya Surabaya. *Image bonek* tidak lepas dari singkatan kata itu sendiri, yaitu bondo nekat atau berani melakukan apapun demi mendukung tim kebanggaannya bertanding meskipun tidak memiliki modal (materi). Penelitian ini berupaya menjelaskan pergeseran identitas kelompok yang ditampilkan oleh komunitas Bonek Kampus melalui akun instagram @bonekcampus27. Objek penelitian ini adalah teks gambar ataupun tulisan berupa caption yang diposting di akun @bonekcampus27. Data dianalisis dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosok bonek sebagai supporter klub sepakbola Persebaya Surabaya memiliki image atau stereotipe yang berbeda dengan supporter lainnya. Bonek tidak lagi dilabeli dengan penampilan yang menakutkan ataupun perilaku yang mengancam keselamatan dan keamanan masyarakat, melainkan bergeser menjadi bonek sebagai supporter yang tulus mendukung kesuksesan dan kemajuan tim Persebaya Surabaya, memiliki etika dan menjunjung tinggi nilai-nilai sportivitas olahraga.

Kata kunci: bonek, identitas budaya, instagram, stereotype

ABSTRACT

Bonek is called to support the football team Persebaya Surabaya. Bonek image could not be separated from the abbreviation of the word itself, namely "bondo nekat" or dare to do anything to support the team despite not having capital (material). This research explained the shift of group identity shown by Bonek Kampus community through instagram @bonekcampus27 account. The object of this research was text image or writing in the form of caption, which is posted in account @bonekcampus27. Data analyzed Roland Barthes semiotics. The results showed that the figure of Bonek as a supporter of football club Persebaya Surabaya had a different image or stereotype with other supporters. Bonek was no longer labeled with a frightening appearance or behavior that threatens the safety and security of society, but shifts to bonek as a supporter who sincerely supports the success and progress of the team Persebaya Surabaya, had ethics and uphold sports values.

Keywords: bonek, cultural identity, instagram, stereotype

Pendahuluan

Supporter adalah bagian yang tak terpisahkan dari pertandingan sepak bola. Mereka hadir untuk memberikan dukungan dan motivasi kepada klub dan pemain kebanggaannya. Junaedi (2012) dalam bukunya berjudul '*Bonek : Komunitas Supoter Pertama dan Terbesar di Indonesia*', menjelaskan bahwa fanatisme penonton sepak bola di Indonesia sudah ada sejak jaman Perserikatan, sebuah kompetisi amatir yang mempertemukan tim-tim dari perserikatan sepak bola daerah, seperti halnya Persebaya Surabaya, Persib Bandung, PSIS Semarang, PSM Makassar, PSMS Medan, dan Persija Jakarta. Kebanggaan terhadap tim-tim legendaris di era Perserikatan memunculkan aksi dukungan yang luar biasa dari supporter masing-masing tim yang bertanding karena melekatnya primordialisme kedaerahan.

Beberapa komunitas supporter tim besar di Indonesia saat ini dengan jumlah supporter terbanyak adalah Bonek (supporter tim Persebaya Surabaya), Viking - Bobotoh (Persib Bandung), The JakMania (Persija Jakarta), dan Aremania (Arema Malang). Sama halnya dengan dukungan penonton sepak bola pada umumnya, supporter di Indonesia juga meluangkan waktu hadir di stadion dengan menggunakan atribut klub kebanggaannya, berupa kaos, topi, syal atau

aksesoris lainnya. Mereka datang untuk menonton pertandingan sekaligus memberi semangat tim yang didukungnya berupa yel-yel diiringi tabuhan alat musik.

Dukungan tidak hanya diberikan kepada tim saat berlaga sebagai tuan rumah melainkan juga dukungan diberikan saat tim bertanding di stadion lawan. Pada tahun 1980-an, untuk pertama kalinya di Indonesia terjadi peristiwa dimana ribuan supporter Persebaya dari Surabaya datang ke stadion Senayan Jakarta, saat tim kebanggaannya lolos dalam putaran final kompetisi Perserikatan. Menurut Junaedi (2012) aksi supporter Persebaya tersebut mengawali modernisasi perilaku supporter sepak bola di Indonesia dengan berbagai atribut yang mereka kenakan.

Image bonek tak lepas dari singkatan kata itu sendiri, yaitu bondo nekat atau berani melakukan hal apapun demi mendukung tim kebanggaannya bertanding meskipun tidak memiliki modal (materi). Penampilan bonek yang cenderung ‘nyentrik’ dan tidak rapi menimbulkan kesan negatif. Bonek juga seringkali diberitakan terlibat perkelahian dengan supporter lain, aparat, ataupun wartawan sehingga memunculkan *image* supporter yang fanatik tidak lepas dengan adanya kerusuhan yang terjadi di dalam atau di luar stadion. Tentu saja, hal tersebut membuat ketakutan dan ketidaknyamanan bagi masyarakat, baik saat mereka mendukung tim kebanggaannya bertandang ke kota lain ataupun bertanding di kota sendiri, Surabaya.

Akibat aksi para supporter tersebut yang sering terulang maka PSSI sempat menjatuhkan larangan bermain bagi tim Persebaya Surabaya di divisi utama sepak bola Indonesia hingga muncul permasalahan dualisme Persebaya Surabaya sejak musim 2009/2010. Meskipun klub Persebaya menghadapi banyak permasalahan baik di liga ataupun di manajemen namun kehadiran para bonek masih mewarnai persepakbolaan di Surabaya. Seperti halnya kehadiran bonek yang dengan sukarela pergi ke Bandung untuk mengawal Kongres PSSI pada bulan Januari 2017 lalu. Salah satu hasil kongres tersebut adalah Persebaya Surabaya kembali diakui dan turut bertanding di divisi utama liga sepak bola Indonesia musim ini. Dukungan para supporter Persebaya Surabaya disebut-sebut sebagai salah satu kekuatan bagi bangkitnya Persebaya Surabaya. Mereka hadir secara individu ataupun membawa nama komunitas Bonek tertentu yang beragam sebagai supporter Persebaya Surabaya. Salah satu yang menarik untuk diteliti lebih lanjut adalah munculnya Bonek Kampus. Bonek Kampus merupakan salah satu komunitas supporter Persebaya Surabaya yang berdiri sejak tahun 2011. Keberadaan mereka tentu saja akan memberikan warna tersendiri pada keberagaman supporter sepakbola di Surabaya, bahkan Indonesia.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk menggali lebih mendalam bagaimana identitas kelompok yang ditampilkan oleh komunitas Bonek Kampus melalui

akun instagram @bonekcampus27. Selanjutnya peneliti juga akan mengidentifikasi bagaimana pergeseran identitas budaya kota Surabaya melalui *image* Bonek Kampus di Instagram. Tulisan ilmiah ini merupakan bagian dari penelitian tentang Identitas Budaya Komunitas Supporter Surabaya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiologi Barthes. Obyek penelitian ini adalah ‘teks’ berupa gambar ataupun tulisan berupa *caption* yang diposting di akun @bonekcampus27. Menurut Roland Barthes (1990:17-18,19; Hawkes, 1978:116-118 dalam Budiman, 2003:53) di dalam teks setidaknya-tidaknya beroperasi lima kode ini yang di dalamnya semua penanda tekstual (leksia) dapat dikelompokkan. Sebuah leksia sesungguhnya bisa berupa apa saja: kadang hanya berupa satu-dua patah kata, kadang kelompok kata, kadang beberapa kalimat, bahkan sebuah paragraf, tergantung ke-“gampangannya”-nya (*convienence*) saja: cukuplah bila leksia itu sudah dapat menjadi sesuatu yang memungkinkan ditemukan makna.

Hasil dan Pembahasan

Media sosial tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia di era saat ini, sebagai media berkomunikasi yang efisien karena mempermudah, dan mendekatkan bagi penggunanya. Menurut Nurgiyantoro (2014), media sosial merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara online. Brogran (2010) mendefinisikan media sosial sebagai suatu alat baru untuk berkomunikasi dan berkolaborasi serta memungkinkan adanya banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia secara umum di masyarakat. Media sosial didefinisikan oleh Mayfield (2008) sebagai media bagi penggunanya untuk dapat berpartisipasi di dalamnya, membuat dan membagikan pesan. Padahal pada hakikatnya media sosial bukan cara berkomunikasi baru, tetapi media sosial hanya merupakan perpanjangan tangan penggunanya dalam berkomunikasi.

Menurut Salamoon (2013) media sosial instagram diciptakan sehingga para pemilik smartphone akan merasa bahwa kamera yang terpasang di gadgetnya tidak sia-sia. Salah satu media sosial yang populer saat ini adalah instagram. Saat ini instagram telah memiliki 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Instagram, 2016). Instagram lebih fokus pada sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Foto yang telah diupload otomatis dishare kepada followers sekaligus

server pusat. Setiap orang dapat “berkomunikasi” dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar (Salamoon 2013).

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis peneliti terhadap pemanfaatan akun @bonekcampus27 masih didominasi sebagai media informasi (jadwal pertandingan, skor dan aktivitas para supporter klub sepakbola Persebaya Surabaya) serta media interaksi bagi para bonek untuk berinteraksi melalui dunia maya. Namun disisi lain, peneliti juga melihat adanya upaya untuk menunjukkan eksistensi mereka melalui ragam aktivitas, ide, dan pemikiran yang disampaikan melalui postingan foto, video, ataupun tulisan berupa *caption* pada akun instagram tersebut.

Akun istagram Bonek Kampus tidak hanya menampilkan aktivitas para pengurus atau anggotanya saat berada di dalam stadion atau ‘nonton bareng’ mendukung tim kebanggaannya bertanding. Peneliti menemukan beberapa aktivitas lain yang dilakukan mereka diluar jadwal pertandingan klub Persebaya Surabaya; antara lain pertemuan-pertemuan mereka (dikenal dengan istilah ‘kopdar’) untuk bersilaturahmi atau diskusi antar pengurus dan anggotanya di berbagai kampus. Informasi kegiatan lain yang pernah diposting berkaitan dengan kolaborasi kelas menulis Bonek Kampus (diposting 25 April 2017) berupa poster kegiatan yang dilengkapi dengan *caption* :

”..dengan menulis, sejarah akan keagungan PERSEBAYA bisa tetap abadi dan dapat dikenang oleh generasi selanjutnya. Dan dengan menulis, cerita-cerita romantisme bersama PERSEBAYA bisa kita tularkan ke anak cucu kita kelak”.

Melalui postingan tersebut, peneliti menemukan adanya upaya dari komunitas Bonek Kampus untuk mengajak *follower* mengenal dan melestarikan sejarah klub, serta menghasilkan sebuah karya sebagai wujud dari dukungan yang positif terhadap klub kebanggaan mereka.

Postingan lain yang sering ditemukan pada akun instagram Bonek Kampus adalah berkaitan dengan ide dan pemikiran tentang nilai-nilai sportifitas dan etika sebagai supporter sepakbola yang tulus dalam memberikan dukungan. Berperilaku atau melakukan aksi yang tidak merugikan secara materi dan tidak memberikan *image* negatif pada klub kebanggaan ataupun supporter itu sendiri. Satu hal yang menjadi perhatian serius dari Bonek Kampus adalah terkait dengan permasalahan tiket. Kalimat “*no ticket, no game*” yang sering digunakan sebagai hastag pada postingan akun tersebut merupakan bentuk kritik terhadap aksi oknum supporter yang mengabaikan keselamatan individu, merusak fasilitas, dan melupakan bahwa tiket juga merupakan salah satu sumber bagi pemasukan dana bagi

keberlangsungan klub kebanggaan mereka. Akun IG Bonek Kampus pun tidak segan menggunggah temuan foto atau video yang memberikan bukti nyata para oknum 'supporter nakal' yang berperilaku atau melakukan aksi tersebut, seperti halnya pada sebuah postingan foto pada tanggal 26 Maret 2017.



Gambar 1 dan 2. Contoh laman akun instagram @bonekcampus27 yang menampilkan kritik terhadap perilaku oknum bonek yang tidak beretika dan merugikan *image* supporter

Hal lain yang menjadi temuan peneliti pada akun instagram Bonek Kampus adalah upaya turut mempromosikan “rasa aman” bagi masyarakat saat berada di sekitar bonek. Postingan bertemakan “cinta kebanggaan” (diposting tanggal 16 Pebruari 2016) dengan *caption* “*Bukti cinta kita pada tim kebanggaan dan masyarakat Surabaya yang menembus batas ruang dan waktu*” menampilkan aktivitas anggota komunitas tersebut saat bagi-bagi bunga pada para pengunjung dari beragam usia, di sebuah acara *car free day*. Pesan serupa peneliti temukan pada sebuah postingan tanggal 20 Desember 2015, saat Bonek Kampus mengkampanyekan “Surabaya Aman Bagi Para Pendetang” yang tertulis pada sebuah stiker yang dipegang oleh seorang bonek kampus.

”BONEK sudah membuktikan jika hal buruk tidak harus dibalas dengan hal buruk juga. BONEK hari ini sudah membuktikan dengan aksi pembagian bunga kepada kendaraan ber-plat luar Surabaya, utama plat N. Setidaknya aksi tadi diharapkan mampu sedikit banyak menepis berita negatif yang salah dari media kebanyakan, semoga media lebih berimbang untuk menyajikan pemberitaan tidak hanya dari sisi negatif BONEK. Terakhir, kami BONEK berpesan kepada para pendatang di SURABAYA jangan takut dengan BONEK, jangan takut akan ada aksi pembalasan yang merugikan kalian, karna SURABAYA akan selalu menjadi kota yang aman dan nyaman untuk pendatang.”

Caption pada postingan tersebut mempertegas bahwa adanya ajakan dari mereka untuk menumbuhkan rasa aman dan nyaman bagi pendatang, mengingat seringkali muncul isu yang berkaitan dengan aksi-aksi yang merugikan dan mengancam saat bonek berseteru dengan supporter lain. Bonek Kampus sebagai bagian dari kelompok supporter Persebaya Surabaya berusaha melakukan interaksi guna memberikan pengaruh positif yang menguntungkan, dan motivasi bagi bonek secara umum. Jhonson dan Jhonson (2012) menjelaskan definisi kelompok adalah sejumlah orang yang berkumpul bersama untuk mencapai suatu tujuan. Kelompok itu ada untuk suatu alasan. Orang membentuk kelompok untuk mencapai tujuan yang tidak dapat mereka capai sendiri. Hal itu pula yang peneliti dapatkan pada penelitian ini, bahwa Bonek Kampus sebagai sebuah komunitas berusaha mengajak seluruh supporter dan pecinta sepakbola untuk bergerak menjadi supporter yang beretika dan menjunjung tinggi sportifitas olahraga.

Dari beberapa temuan hasil tersebut di atas, peneliti menemukan adanya perhatian yang lebih dari anggota Bonek Kampus terhadap bagaimana penilaian dan cara pandang masyarakat terhadap identitas budaya dari bonek yang dulu cenderung negatif terhadap bonek ataupun supporter sepakbola pada umumnya. Menurut Klyukanov dalam buku Samovar yang berjudul *Communication Between Cultures* (2010), identitas budaya juga dapat dilihat sebagai keanggotaan dalam suatu kelompok dimana semua orang menggunakan sistem simbol yang sama. Mengambil contoh tentang keberadaan bonek di Surabaya, beberapa bentuk artifaktual yang dapat dijadikan simbol yang sama sebagai ciri bagi keanggotaan seseorang dalam kelompok supporter sepakbola Persebaya Surabaya, antara lain adalah pakaian berwarna hijau dan semua atribut atau aksesoris yang betuliskan bonek sebagai bentuk kebanggaan mereka terhadap tim sepakbola favoritnya.

Simpulan

Peneliti melihat adanya upaya untuk menampilkan *image* atau stereotipe yang berbeda mengenai sosok bonek sebagai supporter klub sepakbola Persebaya Surabaya. Bonek tidak lagi dilabeli dengan penampilan yang menakutkan ataupun perilaku yang mengancam keselamatan dan keamanan masyarakat, melainkan bergeser menjadi bonek yang merupakan supporter yang tulus mendukung kesuksesan dan kemajuan tim Persebaya Surabaya, memiliki etika dan menjunjung tinggi nilai-nilai sportifitas olahraga. Walaupun masih ditemukan beberapa gambaran aksi yang dilakukan oleh oknum bonek untuk merusak nama baik bonek itu sendiri, melalui postingannya Bonek Kampus mengajak seluruh lapisan bonek untuk saling mengingatkan dan menjaga nama baik sesama bonek.

Peneliti meyakini bahwa keberadaan komunitas Bonek Kampus dapat memberikan dampak yang baik pula terhadap pergeseran salah satu identitas budaya masyarakat kota Surabaya karena saat ini kata “bonek” tidak hanya menjadi panggilan bagi supporter sepakbola yang berasal dari Surabaya, melainkan juga melekat pada stereotipe masyarakat Surabaya secara keseluruhan.

Surabaya sendiri merupakan kota metropolis yang memiliki potensi sumber daya pariwisata yang berkembang dan menjadi rujukan pendatang di wilayah timur pulau Jawa. Disisi lain kota ini juga dikenal sebagai kota industri dan memiliki wilayah strategis perdagangan di Jawa Timur. Oleh karena itu sudah selayaknya jika kebutuhan akan rasa aman dan nyaman berkunjung ataupun tinggal di Surabaya menjadi perhatian seluruh masyarakatnya. Hal ini pula yang turut di promosikan komunitas Bonek Kampus melalui akun instagramnya. Ketika rasa aman dan nyaman diyakini oleh para pendatang tentu saja akan memiliki relevansi terhadap potensi meningkatnya minat penonton sepakbola di Surabaya sehingga dapat pula menjadi salah satu rujukan sektor pariwisata kota Surabaya.

Daftar Pustaka

- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Budiman, K. (2003). *Semiotika visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Junaedi, F. (2012). *Bonek: Komunitas supporter pertama dan terbesar di Indonesia*. Suka Buku.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. Retrieved from *iCrossing*. (online). http://www.icrossing.co/eBooks/What_is_Social_Media_Crossing_ebook.Pdf.
- Nurgiyantoro S. (2014). *Pengaruh strategi promosi melalui social media terhadap keputusan pembelian garskin yang dimediasi word of mouth marketing (Studi pada Konsumen produk garskin merek SayHello di Kota Yogyakarta)*. Skripsi. dalam eprints.uny.ac.id. diunduh tanggal 22 Februari 2016.
- Salamoon, DK. (2013). *Instagram, ketika foto menjadi mediator komunikasi lintas budaya di dunia maya*. Skripsi. (noline). <http://repository.petra.ac.id> diunduh tanggal 20 Januari 2016.
- Samovar, L.A., Richard E.P, & Edwin R.M. (2010) *Komunikasi lintas budaya: Communication between cultures*. Jakarta: Salemba Humanika.