

Konstruksi Fanatisme Fans Manchester United dalam Media Sosial The Construction of Manchester United's Fans Fanaticism in Social Media

Reza Pasha

*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: rpmartajaya@gmail.com*

Abstract. Instagram is one of the most attractive social media that used by football fans to upload club information, player transfer, and match result. Manchester United fans are often use instagram to create interesting meme, make a provocative action against their big rivals that are deliberately created. Nowadays the fanaticism of football fans not only 90 minutes on the pitch but also prolonged particularly as regard informed to audience that they fan to. The most appealing to this study is one of Instagram account named as "unitedtalk". This account consistently informed all information related to Manchester United like news, player transfer, match result, goal scorer and attractive meme. The objective of this study is to know the fanaticism of "unitedtalk" as Manchester United fans in Instagram from the perspective of the proper sign, pseudo sign, false sign, recycle sign and superlative sign and also to know how the construction of fanaticism as football culture hyper reality that grow up in Manchester United fans. The qualitative method was used with perspective hyper reality Jean Buadrillard. Data are taken by textual analysis, interview and study of literature. There are four signs to construct the fanaticism of the fans proper sign, pseudo sign, false signifier and recycle sign. Artificial sign and superlative sign did not make the construction of fanaticism. The relation between these signs resulted in the reproduction of meaning generated by the reaction of Manchester United fans in the form of their commentary in Instagram.

Keywords: Fanaticism of Football Fans, Instagram, Manchester United, Unitedtalk.

Abstrak. Instagram salah satu sarana informasi yang paling diminati oleh supporter bola dalam meng-upload mengenai klub, transfer pemain, serta skor hasil pertandingan seperti halnya fans Manchester United ini. Biasanya para supporter yang fanatik seringkali menciptakan informasi yang mengundang daya tarik, provokatif terhadap rival klubnya, hingga menciptakan meme yang menarik dari hasil editan yang sengaja dibuat. Di zaman sekarang, fanatisme supporter bukan hanya sekedar 90 menit pada saat pertandingan saja melainkan berkepanjangan terutama dalam hal menginformasikan kepada khalayak mengenai klub yang dibelanya. Hal yang paling menarik bagi penulis dalam penelitian ini, yaitu ada salah satu akun instagram bernama "unitedtalk". Akun tersebut sering menginformasikan mengenai klub Manchester United dengan lengkap baik informasi berita MU, transfer pemain, skor pertandingan hingga meme menarik di buat sedemikian rupa. Tujuan penelitian untuk mengetahui fanatisme fans Manchester United dalam media sosial instagram "unitedtalk" dilihat dari segi tanda sebenarnya, tanda palsu, tanda dusta, daur ulang, tanda artificial, tanda ekstrem, serta untuk mengetahui bagaimana permainan tanda akun instagram "unitedtalk" dalam mengonstruksi fanatisme fans sebagai wujud hipperrealitas budaya sepakbola yang tumbuh di lingkungan Manchester United. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan perspektif semiotika hipperrealitas Jean Baudrillard. Teknik pengambilan data dengan cara analisis tekstual, wawancara dan studi kepustakaan. Terdapat 4 (empat) tanda yang berhasil mengonstruksi fanatisme fans yaitu tanda sebenarnya, tanda palsu, tanda dusta dan tanda daur ulang. Sementara 2 (dua) tanda yakni tanda artificial dan tanda ekstrim tidak sukses. Relasi antar tanda ini menghasilkan reproduksi makna yang dihasilkan oleh reaksi fans Manchester united dalam bentuk komentar di media instagram "unitedtalk".

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Fanatisme Fans, Manchester united, Unitedtalk.

A. Pendahuluan

Fanatisme supporter sepakbola bukan hanya sekedar 90 menit pada saat pertandingan saja melainkan berkepanjangan terutama dalam hal menginformasikan kepada khalayak mengenai klub yang dibelanya. Media sosial yang mudah diakses dan begitu banyak para penggunaanya saat ini, menjadi sumber informasi yang cepat menyebar sehingga berbagai informasi termasuk sepakbola mudah di populerkan kepada para fans. Hal yang paling menarik bagi penulis dalam penelitian ini, yaitu ada salah satu akun *instagram* bernama "unitedtalk". Akun tersebut sering

menginformasikan mengenai klub Manchester United dengan lengkap baik informasi berita Man Utd, transfer pemain, skor pertandingan hingga meme menarik di buat sedemikian rupa.

Bagi “unitedtalk” hal tersebut merupakan bentuk fanatisme *fans* terhadap klub Manchester United dimana peran penting akun tersebut menjadi akses ajang komunikasi global diantara *fans* Man Utd. Tampilan akun “unitedtalk” adalah sebuah permainan tanda dari segi semiotika yang berupa komentar para pengikut akun, serta postingan foto pemain, manajer, klub Manchester United yang diciptakan dengan karakteristik dari akun tersebut. Dalam konteks ilmu komunikasi, semiotika sejatinya dan secara alamiah akan selalu memiliki muatan pesan yang hendak disampaikan, baik itu tertuang dalam sebuah visual yang membahas tentang postingan foto ataupun komentar di media *instagram*. Melalui pendekatan Hiperrealitas Jean P Baudrillard, penulis akan mencoba menganalisa bagaimana sebuah dunia realitas yang tidak lepas dari produksi dan permainan tanda akan menciptakan informasi makna yang besar bagi khalayak yang melihat akun tersebut. selanjutnya tujuan dari penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda sebenarnya?
2. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda palsu?
3. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda dusta ?
4. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda daur ulang ?
5. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda artificial ?
6. Bagaimana konstruksi fanatisme *fans* Manchester United dalam akun *Instagram* “unitedtalk” dari tanda ekstrim ?
7. Bagaimana permainan tanda dalam akun *instagram* unitedtalk mengonstruksi fanatisme *fans* s ebagai wujud hiperrealitas budaya sepakbola yang bertumbuh di lingkungan Man United?

B. Landasan Teori

Dalam perkembangannya media baru seperti internet mampu menciptakan arus informasi yang baru, dimana pengguna tidak hanya menerima informasi, namun juga bisa berinteraksi, interaktif dengan satu sama lainnya. Kehadiran jejaring sosial seperti facebook, twitter, *instagram* dan lain sebagainya sudah menjadi kebutuhan dari masyarakat modern hari ini. Seperti dikatakan west dan Turner “Walaupun komunikasi massa biasanya merujuk pada surat kabar, video, Cassette Display, ROM, dan radio dan melebar kepada media baru (new media). New Media yang terdiri atas teknologi berbasis komputer. Teknologi komunikasi ini termasuk e-mail, internet, televisi kabel digital, teknologi video seperti DVD, pesan instan, (instan messaging- IM) dan telepon genggam” (West dan Turner, 2009:41).

Kemampuan teknologi media elektronik mampu menciptakan realitas dengan suatu model produksi yang oleh Jean Baudrillard disebut dengan simulasi yang berarti penciptaan model-model nyata tanpa asal-usul realitas awal. Melalui simulasi, manusia tidak akan terjebak dalam ruang yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya maya, semua atau khayalan belaka. Kesatuan inilah yang disebut Baudrillard sebagai simulacra atau simulacrum yaitu sebuah dunia yang terbangun dari sengkabut nilai, fakta, tanda, citra, dan ode. Dimana proses simulasinya telah

mendorong lahirnya tern hiperralitas.

Menurut Jean Baudrillard (dalam Hidayat, 2012:38) “hiperrealitas adalah konsep dimana realitas yang dalam kontruksinya tidak bisa dilepas dari produksi dan permainan tanda-tanda yang melampaui realitas aslinya (Hypersign)”. Dalam hal ini, ada enam tipologi tanda yang melampaui aslinya atau (Hypersigns) yaitu:

1. Tanda Sebenarnya.
Tanda sebenarnya adalah tanda yang mempunyai hubungan relative simetris dengan konsep atau realitas yang di representasikannya.
2. Tanda Palsu.
Tanda palsu adalah tanda yang bersifat tidak tulen, tiruan, berpretensi, gadungan, yang didalamnya berlangsung semacam reduksi realitas.
3. Tanda Dusta.
Tanda dusta adalah tanda yang menggunakan konsep penanda yang salah (false signifier) untuk menjelaskan sebuah konsep yang demikian juga salah.
4. Tanda Daur Ulang.
Tanda daur ulang adalah tanda yang telah digunakan untuk menjelaskan peristiwa masa lalu (dengan konteks ruang, waktu. Dan tempatnya yang khas), kini digunakan untuk menjelaskan peristiwa masa kini (yang sesungguhnya berbeda atau tidak sama sekali) terjadi semacam proses dekontekstualisasi tanda yaitu, tanda-tanda masa lalu dicabut dari konteks ruang waktu aslinya (budaya, manusia, dan makna aslinya) lalu didaur ulang atau direkontekstualisasi di dalam konteks ruang dan waktu yang baru untuk berbagai tujuan, kepentingan, dan strategi tertentu.
5. Tanda artifisial.
Tanda artificial adalah tanda yang direkayasa lewat teknologi citraan mutakhir (teknologi digital, computer graphic, simulasi) yang tidak mempunyai referensinya pada realitas,
6. Tanda Ekstrim.
Tanda ekstrem adalah tanda yang ditampilkan dalam sebuah model pertandaan yang ekstrem, (hyper-signification) khususnya lewat efek-efek modulasi pertandaan dan makna yang jauh lebih besar ketimbang apa yang ada dalam realitas sendiri, semacam intensifikasi realitas, peningkatan efek, ekstremitas makna (Piliang, 2012 : 54).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Konstruksi Fanatisme *fans* Manchester United dalam *Instagram* “unitedtalk” Ditinjau dari Segi Tanda Sebenarnya

Tanda sebenarnya yang mengkonstruksi fanatisme *fans* Manchester United pada akun “unitedtalk” terlihat pada postingan manajer baru Manchester United yaitu Jose Mourinho hadir di pertandingan Manchester City melawan Everton. Posisi Jose Mourinho merupakan Manajer Manchester United yang datang ke stadion Manchester City untuk mengamati secara langsung calon lawan yang akan dihadapinya. Konstruksi Fanatisme ditinjau dari tanda sebenarnya yang dilakukan oleh akun “unitedtalk” berhasil mengkonstruksi fanatisme *fans*, ditandai dengan reproduksi makna dari para followers-nya yang melihat foto tersebut bukan membahas mengenai kehadiran Mourinho (sebagai tanda sebenarnya) di stadion Manchester City melainkan para followers sebagai *fans* Manchester United ramai mengomentari kondisi stadion yang kosong tanpa supporter atau penonton dari *fans* Manchester City. Tanda ini berhasil mengkonstruksi fanatisme *fans* Man United.



Gambar 1. Konstruksi Fanatisme *fans* Manchester United dalam *Instagram* “unitedtalk” Ditinjau dari Segi Tanda Sebenarnya

Konstruksi fanatisme *fans* Man United Dalam akun unitedtalk ditinjau dari tanda palsu

Menurut Piliang, (2012:54) “Tanda palsu adalah tanda yang bersifat tidak tulus, tiruan, berpretensi, gadungan, yang didalamnya berlangsung semacam reduksi realitas”. Dalam hal ini akun “unitedtalk” menciptakan simulasi rekrutmen pemain palsu yaitu Mesut Ozil yang secara realitas adalah pemain dari klub Arsenal. Akun “unitedtalk” secara tanda palsu mengedit Mesut Ozil pemain Arsenal menjadi pemain MU yang diciptakan dalam imajinasi kemudian direkayasa seakan-akan resmi menjadi pemain MU. Respon *fans* (followers) dalam postingan ini mempercayai jika Ozil sudah atau akan menjadi bagian dari Man United. Dalam konteks tanda palsu, unitedtalk berhasil mengkonstruksi fanatisme *fans* Man United.



Gambar 2. Konstruksi fanatisme *fans* Man United Dalam akun unitedtalk ditinjau dari tanda palsu

Konstruksi fanatisme *fans* Man United ditinjau dalam akun unitedtalk ditinjau dari tanda dusta

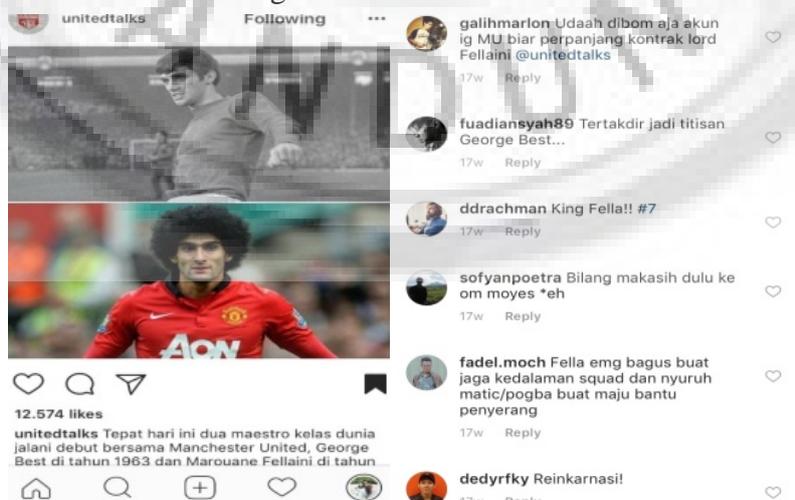
Dalam postingan ini ditemukan pada foto fellaini yang disamakan dengan karakter anime naruto lengkap dengan kostumnya. Reaksi *fans* pada postingan tersebut menganggap bahwa Fellaini bak tokoh naruto dan *fans* (followers) pun membawa bahasa atau budaya naruto ke dalam konteks sepakbola yang ditampilkan pada fellaini. Tanda ini berhasil mengkonstruksi fanatisme *fans*.



Gambar 3. Konstruksi fanatisme *fans* Man United ditinjau dalam akun unitedtalk ditinjau dari tanda dusta

Konstruksi fanatisme *fans* Man United dalam akun Unitedtalk dari tanda Daur Ulang

Ditemukan pada postingan foto legenda Man Utd George Best dan Fellaini. Tanda daur ulang dihadirkan untuk membawa kembali kejayaan dan pesona legendaris dari sosok Best yang disamakan dalam konteks masa kini pada sosok Fellaini. Terlihat dari foto Best yang menggunakan foto hitam putih menandakan masa lampau dan foto colorful Fellaini menandakan masa kini. Begitupun reaksi yang dari follower yang mereproduksi tanda ini, mereka mengamini dan percaya jika Fellaini merupakan titisan dari Best. Tanda ini berhasil mengkonstruksi fanatisme *Fans* Man united.



Gambar 4. Konstruksi fanatisme *fans* Man United dalam akun Unitedtalk dari tanda Daur Ulang

Konstruksi fanatisme *fans* Man United dalam akun Unitedtalk dari tanda artificial

Perekayaan digital yang dihadirkan dalam postingan ini ditemukan dari foto fellaini yang disejajarkan dengan foto dari karakter anime one piece Brook. unitedtalk menghadirkan tanda artificial karena kesamaan bentuk fisik keduanya yang sama-sama memiliki rambut afro. Namun reproduksi tanda yang dihasilkan lewat komentar follower mekipun *fans* berekasi namun tidak bertendsi fanatisme, menganggap foto ini hanya sekedar hiburan dan tidak ada kesamaan dari keduanya untuk disejajarkan. Tanda ini tidak berhasil mengkonstruksi fanatisme fan Man United.



Gambar 5. Konstruksi fanatisme *fans* Man United dalam akun Unitedtalk dari tanda artificial

Konstruksi Fanatisme *Fans* Manchester United dalam akun Unitedtalk dari tanda ekstrim

Tanda seperti ini merupakan tanda yang dilebih-lebihkan, dalam hal ini referensi yang direpresentasikannya bisa sangat hiperbolis dalam artian sangat berlebihan. Dalam tanda seperti ini terdapat efek pelipatgandaan dalam hal ini melebihi-lebihkan realitas pada batas tertentu kearah titik terjauh yang melampaui batas. Tanda yang dihadirkan lewat unitedtalk yaitu berupa papan table klasemen Liga Inggris yang menunjukkan posisi Man United diposisi pertama. Tanda ini direspon oleh *fans* berlebihan karena mengingat realitas jika liga Inggris baru memasuki pekan pertama dan respon dari *fans* pun menganggap ini hiburan dan bahan guyonan semata.



Gambar 6. Konstruksi Fanatisme *Fans* Manchester United dalam akun Unitedtalk dari tanda ekstrim

Permainan tanda dalam akun *instagram* *unitedtalk* mengonstruksi fanatisme *fans* sebagai wujud hiperrealitas budaya sepakbola yang bertumbuh di lingkungan Man United. *unitedtalk* sebagai wadah dan tempat *fans* Man united berbagi informasi lewat postingan foto pemain, score update dan rumor yang berkembang seputar Man united. Tanda-tanda yang berupa postingan foto tersebut memunculkan reaksi dan respon dari *fans* Man United (follower) yang pada akhirnya membuat sebuah fenomena hiperrealitas fanatisme yang jika dilihat dari permainan tanda Jean Baudrillard tanda-tanda tersebut tidak lepas dari 6 tipologi tanda yang melampaui. Term hiperrealitas pada akhirnya membuat suatu relasi *fans* antar *fans* dan relasi *fans* dengan tanda. Tanda-tanda tersebut lah yang direproduksi secara terus menerus oleh *fans* (trending topic) menjadi kabur dari realitas aslinya, fakta bercampur dengan fiksi, melebur menjadi imajinasi dan halusinasi.

D. Kesimpulan

Maka dari hasil penelitian tersebut, bisa disimpulkan sebagai berikut :

1. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda sebenarnya dalam akun *instagram* “*unitedtalk*” ditemukan pada postingan foto Jose Mourinho di stadion rival Manchester City. Postingan tersebut berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
2. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda palsu dalam akun *instagram* *unitedtalk* ditemukan pada postingan foto editan reuni Ozil dan Jose Mourinho. Postingan tersebut berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
3. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda dusta dalam akun *instagram* *unitedtalk* ditemukan pada postingan foto rekayasa Fellaini yang menjelma sebagai Naruto. Postingan tersebut berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
4. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda daur ulang dalam akun *instagram* *unitedtalk* ditemukan pada postingan foto George Best dan Fellaini yang disandingkan sebagai pesona kejayaan masa lampau dan masa kini. Postingan tersebut berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
5. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda artifisial dalam akun *instagram* *unitedtalk* ditemukan pada postingan foto Fellaini yang disejajarkan dengan tokoh anime Brook. Postingan tersebut tidak berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
6. Fanatisme *fans* Manchester United dari tanda ekstrim dalam akun *instagram* *unitedtalk* ditemukan pada postingan foto tabel klasemen liga Inggris dengan posisi Manchester United berada di puncak klasemen. Postingan tersebut tidak berhasil mengonstruksi fanatisme *fans* Manchester United.
7. Fanatisme Manchester United dalam mengonstruksi hiperrealitas budaya sepakbola dan relasi *fans*-nya merujuk kepada temuan penelitian dari enam konteks tanda hiperrealitas terdapat 4 (empat) tanda yang berhasil mengonstruksi fanatisme yakni tanda sebenarnya, tanda palsu, tanda dusta dan tanda daur ulang. Sementara 2 tanda yakni tanda artifisial dan tanda ekstrim tidak sukses.

Daftar Pustaka

Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media critical Introduction*, Second Edition. London. UK

- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya. Insan Cendikia
- Hidayat, Medhy Anggita, 2012. *Menggugat Modernisme : Mengenal Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard*. Yogyakarta : Jalasutra
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga.
- Piliang, Yasraf Amir, 2012. *Semiotika Hipersemiotika*. Yogyakarta : Jalasutra
- West, Richard and Turner, Lynn H 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba. Humanika,

