

**PENGELOLAAN MEDIA KOMUNITAS GUNA MENYUARAKAN KEPENTINGAN
SUPPORTER KLUB SEPAKBOLA LOKAL**



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh :

RIDHO ILHAM HIDAYATULLOH

(17321175)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PENGELOLAAN MEDIA KOMUNITAS GUNA MENYUARAKAN KEPENTINGAN
SUPORTER CLUB SEPAKBOLA LOKAL**



PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridho Ilham Hidayatulloh

Nomor Mahasiswa : 17321175

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 10 Mei 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is orange and yellow, featuring a portrait of a man and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '3000', and 'METERAI TEMPEL'. Below the stamp, the number '33927AJX426446524' is printed. The signature is written in a cursive style, with the name 'Ridho' clearly visible.

Ridho Ilham Hidayatulloh (17321175)

**PENGELOLAAN MEDIA GUNA MENYUARAKAN KEPENTINGAN
SUPORTER KLUB SEPAKBOLA LOKAL**

Disusun oleh

RIDHO ILHAM HIDAYATULLOH
(17321175)

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 31 Mei 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Raden Narayana Mahendra, S.Sos.,M.A
NIDN. 0520058402
2. Anggota : Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A
NIDN. 0514079702

(.....)
(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial
Budaya Universitas Islam Indonesia



Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201



Tanggal : 28 September 2020
Nomor : 267/Dek/70/DURT/IX/2020
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :

Yth. Pimpinan Viking Frontline Di
Bandung.

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ridho Ilham Hidayatulloh
Nomor Induk Mahasiswa : 17321175
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : R. Narayana Mahendra Prastya, S. Sos., M.A
Judul Skripsi :

“Pengelolaan Media Komunitas Guna Menyuarakan kepentingan Supporter Klub Sepakbola Lokal”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial
Budaya Universitas Islam Indonesia

Dr. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., M.Ag., Psikolog



Tanggal : 28 September 2020
Nomor : 267/Dek/70/DURT/IX/2020
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Skripsi

Kepada :

Yth. Pimpinan Republik Bobotoh Di
Bandung.

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ridho Ilham Hidayatulloh
Nomor Induk Mahasiswa : 17321175
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : R. Narayana Mahendra Prastya, S. Sos., M.A
Judul Skripsi :

“Pengelolaan Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan Supporter Klub Sepakbola Lokal”

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial
Budaya Universitas Islam Indonesia

Dr. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., M.Ag., Psikolog

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firman Fauzi S.I.Kom

Jabatan : Senior Editor

Alamat : Jl. Ranggagempol No.1A, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota
Bandung, Jawa Barat

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Ridho Ilham Hidayatulloh

NIM : 17321175

No. Kontak : 081214391919

Bahwa yang bersangkutan benar- benar telah melakukan penelitian di Republikbobotoh.

Yang dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 4 Oktober 2020

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 April 2021



(Firman Fauzi S.I.Kom)

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anky Rakhmansyah

Jabatan : Pendiri dan Pengelola Media

Alamat : Komp Discovery Terra Blok B No.25 Pondok Aren, Tangerang Selatan,
Banten 15277

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ridho Ilham Hidayatulloh

NIM : 17321175

No. Kontak : 081214391919

Bahwa yang bersangkutan benar- benar telah melakukan penelitian di Viking Frontline. Yang dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 3 Oktober 2020

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 April 2021



(Anky Rakhmansyah)



MOTTO

Khoirunnas anfa'uhum linnas

“Sebaik-baiknya manusia adalah mereka yang memberikan manfaat untuk orang lain”

-HR. Ahmad, ath- Thabrani, ad-Daruqutni-

PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Orang Tua dan adik- adik yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang
2. Dosen dan staff prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan selama ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengelola Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan Suporter Klub Sepakbola Lokal (Studi deskriptif terhadap komunitas suporter Persib Bandung)”. Skripsi merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar sarjana dari fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Strata 1(S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari adanya hambatan dan jauh dari kata sempurna. Dengan doa dan dukungan dari berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas petunjuk dan bimbingan selama penulis melakukan penyusunan skripsi kepada :

1. Bapak Wartono, S.E.,M.E.Sy selaku ayah saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti.
2. Ibu dr. Titi F Cono SpKJ selaku ibu saya yang juga selalu mendoakan dan memberikan support kepada saya.
3. Bapak Raden Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing yang dengan sabat selalu membimbing saya dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini
4. Adik- adik saya yang selalu mendoakan saya hingga saat ini
5. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat kepada saya
6. Firman Fauzi selaku narasumber dari republikbobotoh
7. Anky Rakhmansyah selaku narasumber dari Viking Frontline
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, Agustus 2021



Ridho Ilham Hidayatulloh

DAFTAR ISI

MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Kerangka Teori.....	13
a. Manajemen Pengelolaan Media.....	13
b. Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan.....	16
F. Metode Penelitian	
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	20
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	20
3. Narasumber Penelitian	21
4. Pengumpulan Data	21
5. Tahapan Penelitian	22

BAB II GAMBARAN OBJEK

A. Viking Frontline 23
B. Republikbobotoh 25

BAB III TEMUAN PENELITIAN

A. Republikbobotoh 28
B. Viking Frontline 52

BAB IV PEMBAHASAN

A. Republikbobotoh 77
B. Viking Frontline 87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 99
B. Keterbatas Penelitian..... 102
C. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA

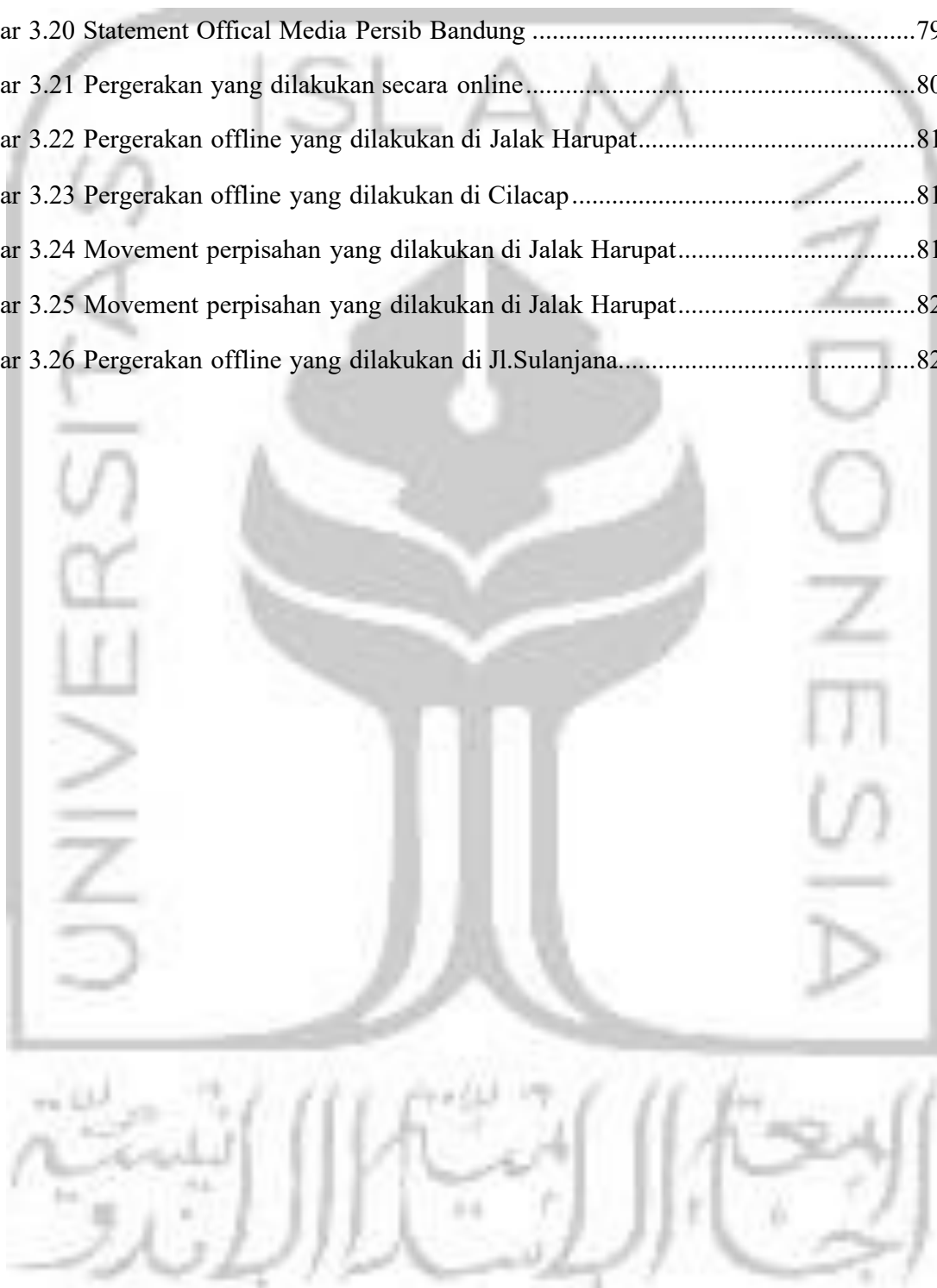
LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunitas Viking Frontline.....	5
Gambar 2.1 Logo Viking Frontline	27
Gambar 2.2 Media Twitter Viking Frontline	28
Gambar 2.3 Media Instagram Viking Frontline.....	28
Gambar 2.4 Logo Republikbobotoh	29
Gambar 2.5 Website Republikbobotoh.....	30
Gambar 2.6 Media Twitter Republikbobotoh	30
Gambar 2.7 Media Instagram Republikbobotoh.....	31
Gambar 3.1 Pemasangan iklan di Instagram Republikbobotoh	36
Gambar 3.2 Pemasangan iklan di Instagram Republikbobotoh	36
Gambar 3.3 Konten sejarah di website Republikbobotoh	38
Gambar 3.4 Konten sejarah di website Republikbobotoh	38
Gambar 3.5 Tulisan bobotoh di website Republikbobotoh	48
Gambar 3.6 Konten kritik Republikbobotoh.....	52
Gambar 3.7 Konten Kritik Republikbobotoh.....	52
Gambar 3.8 Kegiatan internal Viking Frontline berupa kajian Islamiyah.....	61
Gambar 3.9 Kegiatan internal Viking Frontline berupa main bola.....	61
Gambar 3.10 Penjualan Marchendise	62
Gambar 3.11 Penjualan Marchendise dalam rangka membantu korban bencana	63
Gambar 3.12 Program give away marchendise.....	64
Gambar 3.13 Jumlah followers twitter Viking Frontline	67
Gambar 3.14 Konten Youtube saat pandemi	68
Gambar 3.15 Spotify milik Viking Frontline.....	69
Gambar 3.16 Konten ajakan dalam melakukan movement melalui twitter.....	74
Gambar 3.17 Konten ajakan dalam melakukan movement melalui Instagram.....	74

Gambar 3.18 Pergerakan yang dilakukan secara online.....	77
Gambar 3.19 Pergerakan yang dilakukan secara online.....	78
Gambar 3.20 Statement Official Media Persib Bandung	79
Gambar 3.21 Pergerakan yang dilakukan secara online.....	80
Gambar 3.22 Pergerakan offline yang dilakukan di Jalak Harupat.....	81
Gambar 3.23 Pergerakan offline yang dilakukan di Cilacap.....	81
Gambar 3.24 Movement perpisahan yang dilakukan di Jalak Harupat.....	81
Gambar 3.25 Movement perpisahan yang dilakukan di Jalak Harupat.....	82
Gambar 3.26 Pergerakan offline yang dilakukan di Jl.Sulanjana.....	82



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Bidang dan alur kerja Republikbobotoh.....	41
Bagan 4.1 Bidang dan alur kerja Republikbobotoh.....	88



PENGELOLAAN MEDIA KOMUNITAS GUNA MENYUARAKAN KEPENTINGAN SUPORTER CLUB SEPAKBOLA LOKAL

Ridho Ilham Hidayatulloh

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial budaya, Universitas Islam
Indonesia Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media komunitas di dalam menyuarakan kepentingan suporter Persib Bandung. Berkembangnya media komunitas di kalangan suporter ini diakibatkan oleh ketidakberpihakan media utama klub terhadap suporter dengan tidak memberikan ruang kepada suporter untuk menyuarakan hak dan kepentingannya. Adanya keterbatasan- keterbatasan tersebut membuat suporter berani untuk menciptakan medianya sendiri sebagai alternatif dalam memberikan informasi. Selain menjadi sumber informasi bagi suporter, media komunitas juga berfungsi sebagai alternatif bagi suporter untuk menyuarakan hak- hak dan kepentingannya. Penelitian ini mengkaji mengenai pengelolaan media komunitas dan bagaimana cara menyuarakan kepentingan suporter di media Republikbobotoh dan Viking Frontline. Kedua media komunitas tersebut dipilih oleh peneliti karena keduanya sudah dikenal secara umum dan memiliki eksistensi media yang baik dikalangan bobotoh. Selain itu, kedua media komunitas selalu aktif dalam menyampaikan informasi terkait Persib Bandung dan menjadi media representatif bagi bobotoh dengan menyediakan ruang untuk menyuarakan hak- haknya sebagai suporter. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan pengelola media RepublikBobotoh dan Viking Frontline serta melakukan studi terhadap konten- konten di dua media komunitas tersebut. Hasil penelitian mengenai pengelolaan media yang dilakukan oleh Republikbobotoh dan Viking Frontline menunjukkan bahwa keduanya memanfaatkan fungsi manajemen dengan baik. Fungsi manajemen tersebut berfungsi sebagai tahapan- tahapan dalam membuat suatu konten. Selain itu, Republikbobotoh mencoba untuk memanfaatkan fungsi literasi sebagai alternatif dalam menyuarakan kepentingan suporter dan Viking Frontline memanfaatkannya dengan melakukan pergerakan yang dilakukan secara online dan offline untuk menyuarakan kepentingannya sebagai suporter.

Kata kunci : Media komunitas, Pengelolaan media, Menyuarakan kepentingan, Suporter

ABSTRACT

This research aims to determine how community media management is invoicing the interests of Persib Bandung supporters. The development of community media among supporters is caused by the impartiality of the club's main media towards supporters by not providing space for supporters to voice their rights and interests. These limitations make supporters dare to create their media as an alternative in providing information. Apart from being a source of information for supporters, community media also serves as an alternative for supporters to voice their rights and interests. This research examines the management of community media and how to voice the interests of supporters in the media Republikbobotoh and Viking Frontline. The researcher chose the two community media because they are generally well-known and have a good media presence among bobotoh. In addition, both community media are always active in conveying information related to Persib Bandung and become representative media for Bobotoh by providing space to voice their rights as supporters. This research method used a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of interviews with media managers of the Republikbobotoh and Viking Frontline and conducting studies of the content in the two community media. The results of research on media management conducted by Republikbobotoh and Viking Frontline show that both make good use of their management functions. The management functions as the stages in creating content. In addition, Republikbobotoh tries to take advantage of the literacy function as an alternative invoicing supporters' interests. Viking Frontline uses it by carrying out movements carried out online and offline to voice their interests supporters.

Keywords : Community media, media management, voicing interests, supporters

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Sepakbola merupakan cabang olahraga yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Terbukti dengan kehadiran klub klub lokal yang berada di berbagai kancan kompetisi dan Suporter yang selalu mendukung tim kesayangan dimanapun mereka bertanding. Dilansir dari (bolasport.com) disebutkan bahwa antusiasme masyarakat Indonesia terhadap sepakbola sangatlah besar. Salah satu pertandingan yang hingga saat ini memiliki rekor penonton terbanyak adalah laga yang diselenggarakan di Stadion Gelora Bung Karno antara Persib Bandung vs PSMS Medan pada tahun 1985 dengan mendapatkan jumlah penonton sebanyak 150.000 orang. Selain itu pertandingan Persija Jakarta vs Persib Bandung pada tahun 2019 juga mencatatkan rekornya dengan mendapatkan jumlah penonton sebanyak 70.136 orang.

Didalam Sepakbola tentu suporter menjadi suatu keunikan tersendiri dimana ia memiliki gaya mendukung yang variatif dan tentunya dapat berpengaruh ke dalam permainan dilapangan. Dan ternyata tidak hanya sebatas mempengaruhi permainan tim, adanya reaksi dari subkultur ini yang dapat mempengaruhi tim lain (Sepda, 2018). Suporter memiliki ciri khas masing masing dalam mendukung tim kesayangannya baik didalam maupun diluar stadion. Dan hal tersebut bisa dilihat dari beberapa akun media suporter yang hadir dalam berbagai macam platform. Hadirnya akun media supporter ini tentu dapat merepresentasikan bagaimana suatu komunitas suporter dalam mempengaruhi isu isu yang hadir terkait klub yang dicintai, karena dengan memanfaatkan media ini, supporter dapat berargumen secara utuh yang mana di media *mainstream* belum tentu mereka dapat menyuarakan keinginan terkait klub yang dicintai. “Hal ini sesuai dengan langkah yang diambil oleh bobotoh Persib Bandung yang berada di daerah Bandung selatan dalam membuat akun media karena mereka ingin menyuarakan kepentingan komunitasnya ataupun berpikir kritis terhadap suatu isu sehingga opini yang diangkat dalam media komunitas tersebut dapat didengar oleh pihak pengelola klub Persib Bandung.” (Anshari, Fauzia, Funky, 2016)

Dengan banyaknya penggemar sepakbola ini seharusnya bisa membuat media massa bergerak lebih cepat untuk meningkatkan intensitas informasi yang diberikan kepada masyarakat

karena kebutuhan masyarakat yang terbilang tinggi atas informasi yang berkaitan dengan sepakbola. Prastya (2014) mengatakan bahwa media belum mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terutama informasi terkait tim lokal. Pemberitaan dan informasi terkait tim-tim besar Eropa mudah ditemui di banyak media akan tetapi pemberitaan terkait tim lokal sangatlah minim. Saat ini masyarakat lokal sangat haus untuk menikmati pemberitaan- pemberitaan tim lokal yang ada di daerah sehingga media massa perlu untuk mempertimbangkan hal tersebut. Salah satu media yang ada di Indonesia yaitu Harian *bola* memproduksi tulisan terkait tim lokal dicampurkan dalam satu rubrik yang mana pemberitaan terkait tim- tim yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta seperti PSS Sleman, PSIM Yogyakarta dan Persiba Bantul hanya mendapatkan ruang yang kecil atau bahkan tidak ada dalam satu edisi tulisan yang dikeluarkan oleh media massa. Di Indonesia, media massa banyak memberikan ruang terhadap tim- tim besar seperti Persib Bandung, Persija Jakarta, Arema Indonesia dan yang lainnya sehingga masyarakat DIY dipaksa untuk mengonsumsi berita dari tim- tim di kota lain karena minimnya informasi dan berita terkait tim lokal DIY.

Media telah berusaha mengalokasikan beritanya untuk sepak bola lokal agar bisa dikonsumsi secara utuh oleh masyarakat luas, akan tetapi beberapa kota masih belum mendapatkan informasi dari media arus utama sehingga ada kemandirian yang dilakukan oleh komunitas suporter untuk membangun sendiri media komunitas sebagai wadah informasi terkait klub di kota masing masing seperti yang dilakukan oleh media suporter PSS Sleman dalam websitenya yaitu Sleman Football. Media ini termasuk media yang konsisten dalam memberikan informasi terkait PSS Sleman dan hingga akhirnya, saat ini muncul media media baru yang diciptakan dari kalangan suporter yang secara khusus menyiarkan pertandingan melalui streaming internet yaitu Elja TV. Yang selanjutnya adalah suporter persis solo dalam website nya yaitu Pasoepati.net. Media suporter persis solo itu terhitung efektif karena telah mendapatkan *pageview* yang cukup banyak yaitu melebihi satu juta *pageview*. Dari adanya jumlah tersebut, tentu peningkatan secara signifikan selalu diperoleh media pasoepati.net ini dengan rata rata pengunjung per hari sekitar 3000 pengunjung. Dengan adanya data yang telah diperoleh, bisa diklaim bahwa *website* yang dimiliki oleh supporter ini termasuk media online dengan pencapaian yang cukup tinggi di Indonesia (Junaedi dan Arifianto, 2017: 389).

Media akan selalu mencari *audiens* dalam skala yang besar untuk menunjang fungsi yang dihadirkan oleh suatu media dalam berbagai macam *platform*. Maka dari itu dari beberapa hal yang

berkesinambungan dengan *audiens* yang banyak, sepak bola adalah salah satu jenis olahraga yang memiliki penggemar terbanyak di dunia. Pada dasarnya sepak bola adalah suatu hiburan yang digemari oleh jutaan masyarakat yang ada di dunia sehingga peranan media sangatlah penting dalam industri olahraga di era ini untuk memberikan kontribusi lebih terhadap hal hal yang bersangkutan dengan sepak bola, seperti halnya terkait informasi pertandingan atau siaran pertandingan, tidak hanya itu, bahkan pra *match* dan pasca *match* pun adalah hal yang sering dikonsumsi oleh penggemar di media social karena ingin mengetahui informasi secara utuh terkait klub yang digemari.

Media tidak hanya berfungsi sebagai alternatif dalam memberikan informasi, namun bisa berpengaruh terhadap *movement* yang dilakukan oleh supporter. Di Dalam buku yang ditulis oleh Achmad Lanang dkk (2016) disebutkan bahwa “banyak bentuk *movement* yang dilakukan oleh supporter di eropa dalam melakukan kritik terhadap pengelola klub terutama semenjak kehadiran sepak bola modern. Supporter ini melakukan pergerakan karena banyak kebijakan yang dilakukan oleh pihak pengelola yang hanya mementingkan keuntungan komersial dan tidak mempertimbangkan kepentingan *fans* seperti yang dilakukan oleh supporter Arsenal yang menamai kelompoknya dengan sebutan *Black Scarf Movement* (BSM) yang mana mereka mengkritisi kebijakan- kebijakan elit yang seringkali memanfaatkan kecintaan dan fanatisme supporter untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. BSM ini dikenal karena perlawanan konstan yang dilakukan terhadap kebijakan harga tiket yang setiap musimnya selalu mengalami peningkatan. Kritik- kritik yang coba disampaikan oleh BSM ini dimuat dilaman website www.blackscarfafc.co.uk sekaligus mengajak supporter lainnya untuk berpartisipasi dalam *movement* yang mereka jalani.

Tidak hanya supporter di belahan eropa, supporter Indonesia sendiri sering melakukan *movement* yang bertujuan untuk mengkritisi kebijakan manajemen yang sekiranya kurang tepat untuk diterapkan. Dewasa ini, perkembangan media dimanfaatkan dengan baik oleh supporter Indonesia sebagai *medium* untuk mengkritisi kebijakan manajemen. Dengan adanya kemajuan teknologi ini tentu dapat mengkonstruksi pemikiran supporter dalam melakukan *movement* sehingga bentuk kritik yang disampaikan dapat meluas dan sampai kepada pihak pengelola klub

Tentu dengan adanya keterkaitan antara media dengan sepak bola, hal ini dimanfaatkan dengan sebaik baiknya oleh sebagian supporter sebagai wadah yang tepat untuk menyebarluaskan informasi terutama dalam menyuarakan kepentingan supporter itu sendiri. Hingga kini tercatat

banyak akun-akun supporter dengan tingkat *followers* yang cukup tinggi terutama pada akun-akun supporter Persib Bandung. Persib Bandung adalah salah satu klub sepakbola profesional yang saat ini berada di level tertinggi kompetisi Indonesia yaitu Liga 1. Klub ini memiliki supporter yang terbilang banyak. Menurut Aranditio (2020) yang dilansir dari Bolasport.com, Persib Bandung menempati peringkat 23 sebagai klub dengan popularitas di media sosial, bahkan Persib bisa mengalahkan kepopuleran klub yang berada di liga Italia yaitu AS Roma. Tentu dengan adanya data tersebut, dapat kita ketahui bahwa Persib adalah klub dengan jumlah supporter yang cukup banyak.

Penelitian ini membahas tentang pengelolaan media komunitas dan bagaimana supporter Persib Bandung dalam menyuarakan kepentingan supporter. Menurut Hadi (2017) disebutkan bahwa arti kata *bobotoh* berasal dari bahasa Sunda yang artinya pendukung. Akan tetapi pengaplikasian kata *bobotoh* ini hanya berlaku kepada supporter Persib Bandung yang disebut *Bobotoh Persib*. Dan tentunya media-media yang dikelola oleh kelompok supporter ini tidak bisa dianggap sebelah mata. Terbukti beberapa akun *bobotoh* memiliki jumlah *followers* yang cukup tinggi seperti @igpersib yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 1,8 juta. Selain itu beberapa akun media sosial yang dimiliki oleh komunitas supporter memiliki *followers* yang cukup banyak diantaranya adalah Viking Persib Club dengan *followers* sebanyak 436 ribu di Instagram dan Twitter sebanyak 492.836 ribu. Komunitas Viking ini adalah komunitas besar dalam lingkup *bobotoh* yang identik dengan tempat di area tribun timur stadion. Viking ini memiliki anggota cukup besar yang terbagi dalam beberapa distrik di Indonesia. Tentunya Viking ini selalu mendukung penuh *movement* yang dilakukan oleh supporter-supporter dengan tujuan untuk kebaikan klub itu sendiri.

Lalu yang selanjutnya adalah Viking Frontline dengan jumlah *followers* sebanyak 32,6 ribu di Instagram dan 80.517 ribu di Twitter. Ini adalah salah satu komunitas yang sebenarnya adalah bagian dari komunitas Viking yang tentunya masuk dalam lingkup *bobotoh*. Viking Frontline ini identik dengan *bobotoh* yang selalu hadir di area timur bagian depan dengan menggunakan kaos putih. Dan tentunya komunitas ini sering kali mengkritik kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh pihak manajemen dengan memanfaatkan media sosial salah satunya adalah Twitter. Komunitas ini sangat aktif di media Twitter dalam melakukan pergerakan-pergerakan dan menyuarakan kepentingan-kepentingan supporter.



Gambar 1.1 Anggota Viking Frontline yang berada di Tribun Timur stadion

Dan yang terakhir adalah Republikbobotoh dengan jumlah followers 576 ribu di Instagram dan 124.454 ribu di Twitter. Ini adalah salah satu media yang dimiliki oleh bobotoh untuk memberikan informasi terkait supporter ataupun tentang klub Persib Bandung. Akan tetapi media utama yang dimiliki oleh republikbobotoh adalah website dengan nama republikbobotoh.com. Hadirnya republikbobotoh ini adalah sebagai portal berita Persib dan juga bobotoh. Dilihat dari beberapa unggahan di Instagram milik republikbobotoh ini seringkali membuat konten dengan melibatkan beberapa elemen supporter di dalamnya seperti ultras dengan yang lainnya sehingga ini menjadi media yang sangat tepat untuk memberikan informasi terkait Persib Bandung.

Dalam beberapa kesempatan, akun-akun unofficial yang dimiliki oleh komunitas supporter Persib Bandung melakukan fungsinya dalam bentuk kritik terhadap manajemen dengan menyuarakan hak dan kepentingannya terhadap manajemen. Salah satu contohnya adalah terkait kritik supporter kepada pihak manajemen adalah tagar *#unsubscribepersib*. Hal ini diakibatkan oleh cuitan akun official Persib di Twitter terkait penayangan pertandingan antara Persib Bandung vs Barito Putra. Banyak bobotoh yang menanyakan kejelasan penyiaran pertandingan tersebut dan langsung dijawab oleh akun official dengan cuitan yang membuat bobotoh cukup kecewa yaitu pertandingan hanya akan disiarkan jika *subscriber* Persib Tv tembus di angka 700.000. Hal ini menjadi *trending* beberapa saat di Twitter yang mengakibatkan muncul tagar *#unsubscribepersib*. Bobotoh menyalahkan keputusan manajemen untuk menggunakan cara tersebut dalam rangka promosi akun YouTube milik Persib, seharusnya ada cara yang lebih baik untuk disampaikan kepada bobotoh. Hal tersebut menjadi salah satu *movement* yang bisa dilakukan oleh supporter dengan memanfaatkan kehadiran media sebagai bentuk kritik terhadap tim atau manajemen. Hal

tersebut selaras dengan apa yang disebutkan oleh Budraitis (2016) “bahwa jejaring sosial mempunyai pengaruh yang cukup tinggi terhadap partisipasi suporter yang saat ini dimanfaatkan sebagai bentuk pengekspresian hasrat mereka di media sosial dan tentunya berharap adanya timbal balik dari pihak yang bersangkutan”.

Alasan peneliti memilih komunitas suporter Persib Bandung sebagai objek penelitian karena basis supporter Persib Bandung ini termasuk basis suporter terbesar di Indonesia. Supporter ini tidak hanya berdomisili di daerah Bandung saja tapi daerah Jawa Barat hingga beberapa daerah di dalam dan diluar pulau jawa selalu ada bobotoh di dalamnya. (Anshari, Fauzia, Funky, 2016). Maka dari itu bobotoh Persib Bandung ini termasuk suporter dengan massa terbanyak di Indonesia yang tentunya terbagi lagi beberapa komunitas di dalamnya seperti ultras, casual, viking, bomber dan masih banyak komunitas yang ada didalamnya. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat mengetahui bagaimana peranan media terhadap *movement movement* yang dilakukan oleh komunitas suporter. Dalam beberapa kesempatan, peneliti melihat beberapa komunitas suporter Persib Bandung ini melakukan kritik dengan berbagai cara kepada pihak manajemen klub baik melalui media sosial ataupun dengan langsung turun kejalan untuk menyuarakan kepentingan yang ingin disampaikan. Biasanya, kritik yang dilakukan oleh suporter bermula dari media sosial dan berlanjut kepada pergerakan nyata yang tentunya hal tersebut adalah bentuk ketidakpuasan terhadap kinerja manajemen klub sehingga berpengaruh terhadap prestasi yang didapat oleh Persib Bandung. Oleh karenanya pemanfaatan media yang dikelola oleh suporter sangatlah berpengaruh terhadap pergerakan nyata suporter yang tentunya mengharapkan adanya respon dari pengelola klub sebagai timbal balik dari adanya pergerakan tersebut. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial dari berbagai komunitas supporter guna menyuarakan kepentingan kelompok suporter itu sendiri.

B. Rumusan Masalah

Saat ini media memiliki peranan penting terhadap perkembangan suatu komunitas terutama komunitas suporter sepakbola Persib Bandung. Dalam kaitannya, media komunitas berfungsi sebagai sumber informasi dan praktik dalam menyuarakan kepentingan yang ingin disampaikan oleh suporter. Oleh karenanya fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media yang dilakukan oleh komunitas suporter Persib Bandung guna Menyuarakan kepentingan supporter Persib Bandung itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang tertera di atas, peneliti memilih Bandung sebagai lokasi penelitian karena Bandung memiliki tim yang terbilang besar di Indonesia yaitu Persib Bandung dengan supporter yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Suporter Persib Bandung ini dijuluki dengan nama Bobotoh yang didalamnya terbagi lagi menjadi beberapa komunitas salah satunya adalah Viking Frontline. Selain itu bobotoh juga memiliki media alternatif atau pendukung yang diberi nama Republikbobotoh.com. Masing masing komunitas memiliki media komunitasnya tersendiri di Instagram, Twitter dan juga Website. Dengan adanya pernyataan tersebut, maka peneliti dapat menentukan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengelolaan media komunitas yang dilakukan oleh komunitas suporter Persib Bandung
2. Bagaimana peran media komunitas dalam menyuarakan kepentingan suporter Persib Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengelolaan media komunitas yang dilakukan oleh komunitas suporter Persib Bandung
2. Untuk mengetahui peran dari media komunitas dalam menyuarakan kepentingan suporter Persib Bandung

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat baik akademis ataupun praktis sehingga bisa berguna bagi siapapun.

- Manfaat Akademis :
 - a. Memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan suatu media yang dapat menjadi medium dalam menyamapaikan kepentingan suatu komunitas.
 - b. Dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian tentang pengelolaan media komunitas.
 - c. Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang teori teori yang sudah diajarkan sebelumnya
 - d. Dapat menjadi masukan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang
- Manfaat Praktis :
 1. Pihak yang diteliti
Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber dan juga bahan evaluasi oleh pengurus komunitas terkait pengelolaan media komunitas yang berguna sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan komunitas.
 2. Publik
Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan juga gambaran kepada publik tentang pengelolaan suatu media komunitas yang berguna sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan komunitas.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Nur Rahmat Gunawan dan Benni Setiawan (2019) yang berjudul Manajemen Media Komunitas Sleman Football. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengelolaan media yang berasal dari ruang lingkup suporter dan tentunya memiliki tujuan tersendiri dalam menciptakan media tersebut. Hal ini terjadi dikarenakan informasi yang didapat dari akun utama klub tidak begitu lengkap sehingga diperlukan media dari kalangan supporter yang dapat memberikan informasi secara lengkap dan transparan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan teknik yang dipakai dalam pengumpulan data adalah wawancara dan dilengkapi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah di tahap perencanaan sleman football telah merencanakan beberapa hal yang akan dicapai, diantaranya

adalah Penentuan arah pergerakan sleman football, pemilihan platform media, pembuatan logo, kantor dan juga menentukan anggaran yang akan dikeluarkan. Dari hasil penelitian, semua perencanaan tersebut sudah terealisasi dengan baik. Lalu dalam tahap pengorganisasian, Sleman Football sudah menetapkan beberapa divisi yang sekiranya relevan untuk meningkatkan efektifitas media, diantaranya divisi redaksi, divisi visual, divisi media social dan juga divisi statistik. Dalam tahap pengarahan untuk sleman football, seringkali diadakan rapat rutin yang diselenggarakan satu minggu sekali yaitu hari selasa. Selain rapat rutin, motivasi adalah suatu hal yang cukup berpengaruh bagi kinerja anggota. Di tahap selanjutnya yaitu tahap pengawasan, setelah dibuatnya redaksi untuk konten di media, perlu dilakukan pengawasan terlebih dahulu oleh pimpinan redaksi agar meminimalisir kesalahan dalam menulis artikel tersebut. Dan yang terakhir pembuatan program seperti pengelolaan produksi, keuangan, dan mempromosikan hasil dilakukan dengan kerja yang terorganisir.

Penelitian kedua dilakukan oleh Faridhian Anshari, Silfa Fauzia, Yuliana Funky (2016) yang berjudul Tren Supporter Bersuara melalui Media. Penelitian ini membahas tentang Strategi bobotoh Persib dalam mengelola suatu media agar mendapatkan tempat untuk berbicara dan juga informasi yang lebih luas. Konteks berbicara tersebut mengarah kepada pemikirin kritis supporter tentang klub sehingga ada keberanian untuk mengkritik pengelola klub jikalau ada sesuatu yang tidak pada tempatnya. Dalam hal ini, Simamaung.com dan Bobotoh FM adalah media yang telah diciptakan oleh bobotoh sebagai media supporter yang cukup banyak diminati dan juga menjadi objek penelitian. Kedua media tersebut bergerak melalui website dan juga radio. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik wawancara dalam pengambilan data. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa program yang telah dicanangkan sejak awal merupakan implementasi manajemen media dari beberapa tahapan yang sudah dilewati. Seperti halnya Simamaung.com. Website ini seringkali memberikan narasi postif terkait klub Persib Bandung yang akhirnya berdampak pada citra klub dan *viewers* yang mengkonsumsi berita tersebut. Tidak hanya itu, Simamaung ini berhasil menciptakan *merchandise* yang dijual secara online sehingga dapat meringankan anggaran dalam pengelolaan media. Untuk Bobotoh FM sendiri menggunakan beberapa strategi untuk menarik minat pendengar. Diantaranya adalah struktur organisasi yang memanfaatkan ketua dari masing masing komunitas bobotoh untuk ikut andil didalamnya. Lalu personalia diwajibkan dari kalangan supporter Persib Bandung. Dan untuk

arahan program siaran, dituntut untuk selalu konsisten dalam memberikan informasi seputar Persib.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Rizki Ramadhani (2017) dengan judul Manajemen Media Online pada Website Pasoepati.net. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana praktik manajemen redaksional yang dilakukan oleh pengurus *website* pasoepati.net agar tetap konsisten untuk memberikan artikel-artikel yang menarik tentang Persib solo karena pada dasarnya dalam pengelolaan media perlu dilakukan dengan cara yang terorganisir. Manajemen redaksional disini mencakup beberapa hal yang ada didalamnya yaitu rencana yang akan disusun, organisasi yang terstruktur, pergerakan yang akan dilakukan dan pengendalian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara dan proses pengamatan. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh pengurus pasoepati.net terbilang efektif karena hal-hal yang dituju tercapai seperti pengunjung *website* yang menyentuh angka 2.000 *viewers*. Untuk pengorganisasian, pihak pasoepati.net memiliki struktur yang dapat menjalankan *job descriptionnya* masing-masing diantaranya pimpinan redaksi, lalu dewan redaksi, videographer, *content creator* dan juga fotografer. Selanjutnya dalam pergerakan, ada hal yang ingin dicapai oleh pengurus pasoepati.net yaitu menghasilkan produk jurnalistik. Dalam proses pembuatan artikel, semua tergantung reporter yang ada di lapangan, seberapa tanggap ia dalam mendapatkan informasi. Maka dari itu tidak ada waktu yang spesifik dalam pengerjaan berita tersebut. Dan yang terakhir adalah pengendalian, pihak manajemen pasoepati memanfaatkan aplikasi *whatsappgroup* sebagai alat koordinasi antar anggota sehingga jika ada masalah, bisa segera diselesaikan. Tidak hanya itu, dalam *website* pasoepati.net disediakan kolom kritik bagi *viewers* agar bisa menjadi evaluasi bagi pengurus.

Penelitian keempat dilakukan oleh Ihdina Binnur (2012) yang mengangkat judul Analisis Framing Pemberitaan Merger Arema ISL dan Pelita Jaya di Situs Ongisnade.co.id dan Wearemania.net. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana frame yang berada di web Ongisnade.co.id dan Wearemania.net terhadap pemberitaan yang berkaitan dengan merger Arema ISL dan Pelita Jaya. Hal ini dikarenakan kedua media tersebut seringkali memberitakan tentang merger yang ada di klub Arema ISL dan Pelita Jaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing dengan model Pan dan Konsicki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa situs Ongisnade.co.id dalam segi sintaksis lebih ingin menunjukkan pernyataan yang menganggap

merger itu negative. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan perhatian dan focus dari khalayak. Sedangkan dalam segi skrip, situs tersebut menggunakan unsur 5W+1H dan memberikan pernyataan terhadap khalayak bahwa merger dapat mengakibatkan dampak yang tidak diinginkan. Lalu dalam segi tematik, Ongisnade seringkali menekankan bahwa jika merger terjadi banyak dampak yang akan dihasilkan dan seharusnya hal tersebut tidak perlu dilaksanakan. Dalam segi retorik, situs ongisnade sering kali menggunakan makna konotatif dengan membuat ilustrasi gambar yang bertujuan agar khalayak memiliki reaksi ketidaksukaan atas merger tersebut. Berbeda halnya dalam segi santaksis yang terdapat pada situs Wearemania.net yang seringkali menunjukkan pernyataan- pernyataan positif terhadap merger Arema ISL dan Pelita Jaya. Sedangkan dalam segi skrip, situs ini menggunakan unsur what dan who sebagai acuan dalam pemberitaan. Lalu dalam segi tematik, pengelola situs ini lebih sering memberikan pernyataan tentang ketidakpastian merger. Meskipun begitu pihak pengelola situs selama menggunakan narasi positif dan mencoba mengkonstruksi public untuk percaya dan memperbolehkan merger tersebut diberlakukan. Yang terakhir adalah dalam segi retorik, situs aremania membuat ilustrasi gambar yang menunjukkan bahwa mereka lebih cenderung untuk setuju terhadap keputusan merger.

Penelitian kelima dilakukan oleh Syafira Nabilah Purwasty (2019) dengan judul Aktivitas Football Family di Kota Solo dalam Memberikan Kampanye Edukasi kepada Supporter Sepakbola Lokal. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui bagaimana efektifitas kampanye yang dilakukan oleh Persis Solo, Dpp Pasoepati, dan Pasoepati.net dalam memberikan edukasi tentang sikap dan perilaku supporter. Hal tersebut dilakukan karena banyaknya pelanggaran yang diakibatkan oleh perilaku supporter didalam stadion sehingga pihak klub seringkali mendapatkan sanksi dari PT.LIB karena dianggap melanggar aturan yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan juga menggunakan teknik wawancara dalam pengambilan datanya. Dari hasil yang ditemukan dalam penelitian ini disebutkan bahwa edukasi yang dilakukan dapat menciptakan perubahan perilaku. Terbukti dengan sanksi yang diberikan pada tahun 2018, pihak pengelola klub lalu DPP Pasoepati dan pasoepati.net sudah memberikan perubahan sikap, pengetahuan dan perilaku yang cukup signifikan. Akan tetapi setelah dilakukan wawancara secara mendalam, pihak yang secara maksimal dapat memberikan edukasi adalah media supporter yang berdiri independen yaitu pasoepati.net. Mereka menganggap bahwa pihak pengelola tim tidak terlalu signifikan dalam memberikan edukasi terhadap supporter.

Sehingga peranan media komunitas sangatlah penting dalam memberikan edukasi dan informasi terhadap supporter itu sendiri.

Penelitian keenam dilakukan oleh Aditya Meidy Irsyandy (2018) dengan judul Bonek dan Sepakbola Indonesia: Gerakan sosial Persebaya untuk Memperoleh Pengakuan PSSI. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gerakan- gerakan social yang dilakukan oleh bonek untuk mendapatkan pengakuan dari PSSI. Pengakuan PSSI yang diharapkan oleh supporter persebaya adalah memperbolehkan kembali Persebaya untuk mengikuti pertandingan- pertandingan di tingkat nasional karena selama kurang lebih 4 tahun, persebaya harus menerima kenyataan pahit yaitu dibekukan oleh PSSI sehingga tidak bisa mengikuti pertandingan baik dalam skala nasional ataupun internasional. Hal ini memicu supporter persebaya untuk melakukan movement- movement agar PSSI dapat mempertimbangkan dan mencabut hukuman yang diberikan kepada Persebaya. Dari hasil yang didapat, gerakan- gerakan social yang dilakukan oleh bonek ini meliputi unjuk rasa yang dilakukan di Surabaya dan juga Gor Padjajaran Bandung. Selain itu, Bonek juga ikut serta dalam Kongres Luar Biasa yang dilakukan oleh PSSI di Jakarta akan tetapi bonek tidak mendapatkan hak yang diinginkan karena forum tersebut sama sekali tidak membahas perihal pembekuan yang dialami oleh Persebaya. Selain itu didalam melangsungkan pergerakan ini, bonek harus mengalami pertumpahan darah dimana salah satu suporternya ditusuk oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Dan tetap bonek memperhatikan hubungan spiritual dengan yang maha kuasa dengan melakukan kegiatan doa bersama. Tidak dapat dipungkiri bahwa perjuangan yang dilakukan oleh bonek dan tim internal persebaya sangat maksimal, alhasil PSSI mencabut hukuman yang diberikan dan Persebaya dapat kembali mengikuti pertandingan- pertandingan baik ditingkat nasional ataupun internasional.

2. Kerangka Teori

1. Manajemen Pengelolaan Media Komunitas

1. Manajemen Pengelolaan Media

Pada Sub bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang teori yang akan digunakan sebagai landasan terkait pengelolaan media komunitas. Adapun proses yang digunakan dalam pengelolaan media komunitas, Peneliti akan menggunakan konsep management sebagai konsep besar dari adanya sistem pengelolaan media komunitas.

Tentu dalam pengelolaan media yang dilakukan oleh komunitas, diperlukan tahapan manajemen redaksional agar kegiatan pengelolaan lebih terorganisir. Manajemen redaksional adalah suatu tahapan penting yang harus dilakukan dalam memproduksi berita- berita di suatu media karena dapat membuat suatu temuan temuan baru dan juga mengikuti trend yang sedang berkembang khususnya di dalam media online. (Prasetyanti, 2018 : 28).

Selain itu, Junaedi (2014: 35-37) mengatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan agar tercapainya tujuan organisasi. Untuk tercapainya tujuan organisasi, didalam manajemen terdapat perencanaan yang dilakukan sebelum pelaksanaan. Dan setelah pelaksanaan dilakukan terdapat control pengawasan dengan maksud tercapainya tujuan bersama. Manajemen bukan suatu hal yang bersifat tunggal, tetapi serangkaian tindakan yang berpacu kepada proses tertentu dan telah direncanakan sebelumnya. Selain itu manajemen juga melibatkan beberapa aspek seperti materi dan sumber daya manusia. Adanya aspek- aspek tersebut mengindikasikan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan orang lain dan dilakukan oleh beberapa orang tidak hanya satu orang saja. Dan yang terakhir adalah manajemen berkaitan dengan fungsi- fungsi manajemen yang diantaranya adalah planning, organizing, actualing dan controlling merupakan aspek penting dalam manajemen yang dalam hal ini adalah manajemen media massa karena selalu melekat di setiap proses kehidupan berorganisasi. Fungsi planning, organizing, actualing dan controlling ini saling mengikat dan tidak bisa terpisahkan karena jika salah satu dari fungsi manajemen ini tidak ada maka proses manajemen tidak akan berjalan sesuai fungsinya. Selain itu, dengan kehadiran fungsi- fungsi manajemen ini memberikan satu akses terhadap organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan

mempertimbangkan dan melibatkan materi melalui proses yang sedang berlangsung dan juga sumber daya manusia.

- Perencanaan (*planning*)

Menurut Junaedi (2014:38) Perencanaan adalah fungsi pertama didalam sebuah organisasi. Di Dalam tahap perencanaan, pondasi- pondasi dasar diletakan dan dibentuk dalam kegiatan manajemen dan berlaku terhadap organisasi yang berkaitan dengan media. Perencanaan didalam manajemen media berkaitan dengan apa yang sekiranya akan dilakukan di masa yang akan datang dan bagaimana perencanaan- perencanaan tersebut harus dilakukan. Di Dalam fungsi perencanaan ini tentu harus menyesuaikan dengan karakteristik dari masing- masing media dan perlu memiliki keterikatan agar dapat menyatukan fungsi perencanaan didalam suatu media. Selain itu fungsi perencanaan akan berorientasi kepada masa yang akan datang sehingga sangat berhubungan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi.

Dalam konteks ini peneliti mengkaitkan dengan bagaimana suatu media dapat dikelola dengan baik oleh komunitas suporter. Sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana proses perencanaan yang dilakukan oleh komunitas dalam mengelola media komunitas itu sendiri

- Pengorganisasian (*organizing*)

Menurut Junaedi (2014:42) fungsi pengorganisasian ini merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Fungsi ini di dalam kegiatan manajemen memperhatikan beberapa komponen yang ada di dalamnya seperti penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan- tujuan dari organisasi tersebut. Selain itu, terdapat berbagai pekerjaan yang perlu diatur dalam suatu media sehingga diperlukan pembagian kerja dengan berdasar kepada departemen atau divisi yang telah dikelompokkan pada bentuk atau jenis pekerjaannya. Pembagian kerja ini bersifat mutlak dan mencakup rincian tugas yang harus menjadi tanggung jawab dari masing- masing individu dalam suatu organisasi. Rincian tugas ini perlu dilakukan dengan baik dan dibatasi agar tidak saling tumpah tindih dalam melakukan tugasnya. Akan tetapi di dalam pembagian kerja ini perlu mempertimbangkan skema yang terkoordinasi agar masing- masing divisi dapat terikat dan saling berhubungan dalam melakukan aktivitas kerja yang telah diatur

Dalam konteks ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengorganisasian yang dilakukan oleh internal atau pengurus komunitas sehingga pengelolaan media komunitas berjalan sesuai dengan tujuan.

- Pelaksanaan (*actuating*)

Menurut Junaedi (2014: 44) fungsi pelaksanaan ini merupakan fungsi ketiga dari manajemen yang berkaitan dengan arahan dan pengaruh terhadap individu- individu yang ada di dalam organisasi tersebut untuk melakukan tugas dan kewajiban masing- masing sesuai dengan pembagian tugas yang telah ditetapkan sebelumnya. Tentu saja fungsi pelaksanaan ini berorientasi kepada tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi seperti yang telah digariskan didalam fungsi perencanaan. Selain itu tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tidak akan tercapai jika tidak ada fungsi pelaksanaan dari perencanaan dan pengorganisasian, oleh karenanya fungsi pelaksanaan ini perlu mempertimbangkan langkah- langkah konkret yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dengan melakukan tugas dan tanggung jawabnya yang merujuk kepada pembagian kerja dan hal hal yang telah ditetapkan pada fungsi perencanaan dan juga fungsi perorganisasian.

Dalam Hal ini, pelaksanaan tentu menjadi suatu hal yang penting dalam pengelolaan media. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan yang dilakukan oleh pengurus komunitas dalam mengelola media sehingga memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap *movement movement* supporter sepakbola.

- Pengawasan (*controlling*)

Menurut Junaedi (2014:46) Fungsi pengawasan merupakan fungsi terakhir didalam manajemen dengan melakukan evaluasi- evaluasi dari fungsi manajemen yang telah berlangsung didalam suatu organisasi. Sehingga fungsi pengawasan ini berkaitan dengan evaluasi yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk meningkatkan kualitas dari media itu sendiri. Dalam hal ini, pengawasan tidak hanya dilakukan diakhir proses manajemen tetapi dilakukan sejak ditetapkannya fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian dan fungsi pelaksanaan agar proses evaluasi yang dilakukan dapat terfokus kepada seluruh kekurangan- kurang yang ada pada fungsi manajemen. Fungsi pengawasan menjadi sangat penting didalam manajemen media massa karena fungsi

pengawasan ini harus memastikan kualitas media dari suatu organisasi tetap terjaga sehingga tidak adanya kekecewaan yang dirasakan oleh khalayak.

Dalam kaitannya, pengawasan adalah suatu hal yang cukup penting dalam pengelolaan media komunitas yang mana dapat mengevaluasi hal yang sudah dilakukan sebelumnya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pengurus terhadap pengelolaan media komunitas

Selain itu Wendratama (2017 : 52) menjelaskan bahwa di era teknologi yang semakin berkembang ini, jurnalis- jurnalis perlu menyediakan informasi kepada khalayak secara cepat dan terpercaya karena khalayak tidak memiliki akses dan waktu yang banyak untuk mendapatkan sebuah informasi. Karena adanya internet ini memberikan suatu tantangan baru bagi jurnalis yaitu keberagaman informasi baik dalam bentuk teks, video ataupun angka, oleh karenanya jurnalis perlu memperhatikan kecepatan dalam memproduksi sebuah berita dengan tetap memperhatikan keakuratan tulisan

B. Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan

Dalam Sub bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang teori yang akan digunakan sebagai landasan terkait media komunitas guna menyuarakan kepentingan. Adapun dalam proses penelitian, peneliti akan menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber penelitian yang diantaranya adalah Instagram ,Twitter dan juga Website

Menurut Usman (2018 : 38-39) menyebutkan bahwa di dalam memanfaatkan media sebagai sarana pengembangan bagi masyarakat, saat ini media komunitas memiliki peluang yang cukup besar untuk tetap eksis melakukan hal tersebut di era media baru. Terbentuknya media komunitas ini biasanya berdasar kepada tuntutan- tuntutan komunitas di dalam memenuhi kebutuhan- kebutuhannya yang salah satunya adalah informasi. Meskipun pada awalnya media- media komunitas ini dirumitkan dengan perizinan operasional akan tetapi karena kehadiran media baru memberikan satu kesempatan bagi media komunitas untuk tetap beroperasi

Semenjak kehadiran internet atau media baru, media komunitas semakin memiliki kesempatan untuk hadir di tengah tengah masyarakat dan bisa menjadi senjata di masa depan

karena antusias masyarakat sudah mulai menurun terhadap media media *mainstream* seperti televisi koran dan juga radio. Ini menjadi salah satu alasan media komunitas menjadi arus baru dalam menciptakan alternatif media dalam memberikan fakta fakta dan informasi yang ada. (Putra, 2016). Hal ini persis dengan apa yang dilakukan komunitas yang berada di tambuli, Filipina bahwa mereka mempercayai media komunitas telah berkembang begitu cepat dan akan meningkatkan partisipasi anggota komunitas. Selain itu media komunitas juga dapat mengontrol komunitas terhadap proses distribusi dan produksi informasi (Sumarto, 2003 : 114).

Lanang dkk (2016 : 133) menyebutkan bahwa media komunitas yang dikreasi sedemikian rupa memberikan ruang dan kesempatan kepada pengelola untuk mengembangkan materi produksi terkait tim yang didukung. Internet ini merupakan kultur baru di zaman ini karena pola komunikasi yang dibangun pun semakin cepat. Dari banyaknya materi tentu memudahkan pengelola media dalam mengkreasi dan membagikannya secara mandiri kepada supporter dan tentunya ini menghasilkan respon yang cepat di kalangan supporter. Teknologi informasi ini memberikan kesempatan kepada siapapun untuk berpartisipasi dalam mendukung tim kebanggannya. Berbagai macam elemen supporter seperti perbedaan tribun dalam mendukung tim kesayangannya saat ini memiliki akun- akun tersendiri baik di Twitter dan juga Instagram. Dimulai dari Tribun timur, Tribun barat, Tribun Selatan dan juga Tribun Utara di berbagai macam supporter di Indonesia, saat ini memanfaatkan platform- platform yang ada untuk bisa berpartisipasi dalam menyebarluaskan informasi yang ada dan dengan adanya platform ini tentu memberikan kesempatan kepada supporter untuk mengkreasi materi yang ada.

Menurut Kementrian PPN/Bappenas (2008) <https://www.bappenas.go.id/data-dan-informasi-utama/949-pengembangan-media-komunitas/> menyebutkan bahwa media komunitas ini memiliki peran penting terhadap tatanan social masyarakat yang mana memiliki karakteristik "*dari, untuk dan oleh masyarakat*". Selain itu tentu media komunitas memiliki manfaat yang dihasilkan bagi komunitas itu sendiri, diantaranya :

- mempresentasikan budaya dan identitas local
- adanya kebebasan dalam bertukar opini
- memberikan ruang terhadap masyarakat yang memang tidak memiliki kesempatan untuk berbicara dan menyampaikan *statementnya* kepada public

- dan juga dapat menjadi aspek yang berpengaruh terhadap pembangunan dan perubahan sosial.

Dari kemanfaatan yang dihasilkan oleh media komunitas tentu menjadi suatu aspek yang bisa dimanfaatkan secara utuh oleh masyarakat sebagai tempat untuk menyampaikan *statement* dan juga opini kepada public karena pada dasarnya sifat dari media komunitas ini adalah bebas. Selain itu, media yang digunakan oleh komunitas memiliki fase fase tertentu yang mengharuskan mereka mengikuti perkembangan *global*.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Birowo dkk (2016) dalam buku yang berjudul *Pergulatan Media Komunitas di Tengah Arus Media Baru* yang menyebutkan bahwa ketika internet sudah hadir di tengah tengah masyarakat, banyak media komunitas yang melakukan konvergensi media agar bisa mengikuti perkembangan *modernisasi*. Internet sering disebut sebagai media baru yang dapat menjangkau *audiens* lebih banyak dari media media sebelumnya karena internet ini dapat menyampaikan informasi ke jangkauan yang memang berada di luar teritori medium sebelumnya. Oleh karenanya, komunitas menganggap internet ini adalah medium yang dapat bergerak bebas dan menjadi solusi atas keterbatasan yang dimiliki medium medium sebelumnya. Selain itu, karena sifat internet yang *fleksibel* dan juga mengglobal, tentu ini menjadi sangat relevan bagi media komunitas agar bisa terbuka terhadap informasi dan tidak lagi bersifat isolatif.

Lanang dkk (2016:117) menyebutkan dalam buku berjudul *Sepak bola 2.0* bahwa dalam merawat media komunitas perlu usaha maksimal yang diiringi dengan kesesuaian kultur masyarakat. Setiap media komunitas supporter berangkat dari tujuan dan visi yang sama yaitu mendukung Tim kesayangannya dengan menggunakan media sebagai medium supporter. Hal ini merupakan bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi dimana dalam mengakses informasi tidak lagi dibatasi oleh dinding- dinding geografis, dengan hanya menjinjing *smartphone*, siapapun sudah dapat mengakses tulisan dan konten visual yang diproduksi oleh media komunitas. Akan tetapi tidak semudah itu dalam prosesnya, di beberapa media komunitas cukup sulit dalam menularkan kemauan kepada supporter lainnya untuk terjun langsung mengarsipkan *moment* Tim kebanggan. Tentunya setiap media komunitas punya cara tersendiri dalam merawat media, terdapat tantangan yang berbeda di setiap media yang mungkin solusinya tidak selalu sama dengan

media lainya. Oleh karenanya penting media komunitas untuk menyesuaikan kultur yang ada pada masyarakat agar mengerti bagaimana merawat media komunitas secara utuh dan menyelesaikan tantangan tantangan yang ada.

Selain itu Hermanto (2007) mengemukakan bahwa bahwa masyarakat perlu untuk menghadirkan media komunitas dengan menyesuaikan perkembangan teknologi sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan bagi masyarakat tersebut. Tentu media komunitas perlu memperhatikan dan bertanggung jawab terhadap independensi media tersebut. Perlu diperhatikan bahwa makna independen ini diperuntukan untuk semua golongan yang ada di masyarakat dan tidak diperuntukan untuk kepentingan politik. Selain itu media komunitas pun perlu mengakomodir keberagaman yang terdapat dalam komunitas tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi sangatlah cepat berkembang dalam tatanan sosial masyarakat. Berkembangnya teknologi ini tidak terbandung oleh apapun. Selain itu, banyak konsekuensi ataupun dampak yang dihadirkan akibat berkembangnya teknologi. Perlu tanggung jawab yang besar dalam memaknai perkembangan tersebut baik secara personal maupun kelompok. Begitupun yang seharusnya dilakukan oleh komunitas. Media komunitas perlu memaknai perkembangan tersebut sebagai suatu hal yang bisa dimanfaatkan untuk kepentingan komunitas itu sendiri seperti menentukan sikap dalam suatu konflik dan menyuarakan kepentingan-kepentingan yang mungkin tidak bisa disampaikan melalui media *mainstream*.. Dan komunitas perlu menyesuaikan media yang digunakan pada zamannya agar pesan yang disampaikan bisa diterima secara utuh oleh masyarakat. Maka dari itu pemanfaatan media komunitas dalam menyuarakan kepentingannya sangatlah penting dimana masyarakat dapat memaksimalkan sebaik mungkin potensi yang dimiliki oleh media komunitas dalam berbagai jenis *platform* sebagai sarana dalam menentukan dan menyampaikan opini yang ingin disampaikan.

F. Metode Penelitian

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengelolaan Media Komunitas guna Menyuarakan Kepentingan Suporter Klub Sepakbola Lokal “ini menggunakan pendekatan kualitatif. Anggito dan Setiawan (2018 :8) menyatakan bahwa Kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan menafsirkan fenomena yang terjadi dengan peneliti berperan sebagai instrument kunci. Dan juga metode yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif sehingga penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan tersebut peneliti dapat menggambarkan dan menghasilkan data deskriptif melalui lisan, perilaku dan juga kalimat tertulis dengan apa adanya..

Setelah sebelumnya dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivisme. Didefinisikan oleh Yerby (dalam West dan Turner, 2008 : 55) yang menyebutkan bahwa paradigma konstruktivisme merupakan sebuah penciptaan struktur sosial yang dalam hal ini para individu mencoba untuk melakukan aksi dan interaksi yang mereka lakukan secara berkala agar struktur social tersebut dapat terbentuk. Oleh karenanya tidak mungkin ada suatu realita atau kebenaran abstrak karena sejatinya suatu realita hanya akan terbentuk ketika orang secara bersama sama berusaha untuk menciptakannya. Maka dari itu peneliti menganggap bahwa dengan menggunakan paradigma konstruktivisme ini dapat mengetahui bagaimana anggota komunitas media media yang ada sebagai medium dalam menyuarakan kepentingan yang ingin disampaikan oleh suporter.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu

Dalam penelitian ini diperlukan waktu yang cukup agar penelitiannya berjalan dengan maksimal, oleh karena peneliti membutuhkan waktu sekitar enam hingga delapan bulan

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Beutik Company yang berada di daerah Bandung, Jawa Barat.

C. Narasumber Penelitian

Narasumber yang menjadi subjek pada penelitian kali ini adalah pengelola konten media dari komunitas Republikbobotoh dan Viking Frontline

No	Instansi	Narasumber	Jabatan
1	Republikbobotoh	Firman Fauzi S.I.Kom	Senior Editor Republikbobotoh
2	Viking Frontline	Anky Rakhmansyah	Pengelola Media Viking Frontline

Peneliti memilih pengelola konten media dari masing masing komunitas sebagai narasumber dari penelitian ini dikarenakan peneliti membutuhkan informasi lebih detail tentang bagaimana pengelolaan suatu media dalam suatu komunitas yang digunakan sebagai medium dalam menyuarakan kepentingan supporter itu sendiri. Karena pada dasarnya pengelola konten media mengetahui tentang sistematis pembuatan konten dan tujuan yang ingin dicapai dari adanya konten tersebut. Oleh karenanya peneliti memilih pengurus komunitas yang berada pada bagian pengelola konten media sebagai narasumber.

D. Pengumpulan Data

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan dua jenis data untuk melengkapi hal hal yang dibutuhkan selama penelitian yaitu data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Untuk pengambilan data primer, peneliti menggunakan metode wawancara agar dapat mengumpulkan data tentang pengelolaan media dari Viking Frontline, Republikbobotoh.com dan juga untuk mengetahui bagaimana komunitas memanfaatkan media sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan supporter. Wawancara ini dilakukan dengan narasumber yang telah

ditentukan oleh peneliti yaitu pengelola konten media komunitas dan juga peneliti akan mengajukan pertanyaan- pertanyaan yang berkaitan dengan hal yang ingin diteliti.

2. Data Sekunder

Untuk pengambilan data sekunder, peneliti memanfaatkan sumber sumber yang relevan untuk melengkapi penelitian ini. Dalam hal ini, pengambilan data sekunder diperoleh melalui buku buku, jurnal, penelitian, referensi, dokumentasi, media milik komunitas Republikbobotoh, Viking Frontline dan sumber sumber lainnya yang berkaitan dengan hal yang ingin diteliti.

E. Tahapan Penelitian

- a. Peneliti menyusun proposal penelitian yang berkaitan dengan pengelolaan media komunitas guna menyuarakan kepentingan suporter klub sepakbola lokal
- b. Peneliti melakukan proses wawancara dengan pengelola media dari Republikbobotoh dan Viking Frontline
- c. Peneliti mentranskrip hasil wawancara sehingga mengubah data menjadi sebuah tulisan
- d. Peneliti melakukan reduksi data terhadap data yang sebelumnya sudah di dapat melalui proses wawancara
- e. Peneliti melakukan penyajian data terhadap data- data yang sudah di dapatkan
- f. Peneliti membuat kesimpulan dan verifikasi terhadap data- data yang sudah di dapat sebelumnya.
- g. Peneliti mencari sumber kedua seperti media yang dimiliki komunitas, dokumentasi dan penelitian terdahulu untuk melengkapi data yang dibutuhkan.
- h. Peneliti menjelaskan tentang refleksi teoritis terhadap dua teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu manajemen pengelolaan media dan media dalam menyuarakan kepentingan dan mengkaitkan dengan temuan yang di dapat oleh peneliti
- i. Peneliti membuat kesimpulan penelitian

BAB II

Gambaran Umum Objek

A. Viking Frontline

Viking Frontline atau dikenal dengan istilah Frontlineboys ini merupakan salah satu kelompok suporter dari Persib Bandung. Kelompok suporter ini didirikan pada tanggal 15 januari 2005 dan identik mendukung Persib Bandung dengan berada di barisan terdepan tribun utara stadion. Viking Frontline ini adalah salah satu distrik dari Viking Persib Club yang tidak berpacu kepada letak daerah karena mayoritas distrik distrik yang ada didalam Viking Persib Club berpacu kepada letak daerah yang ada di Indonesia maupun diluar negeri. Dilansir dari footballtribe.com disebutkan bahwa didirikannya Viking frontline ini adalah untuk mengembalikan supporter kepada fitrahnya dalam mendukung tim kesayangannya agar supporter bisa mendukung Persib Bandung tanpa adanya sebuah kepentingan atau tekanan dari pihak manapun. Viking Frontline sendiri memiliki beberapa laman media sosial yang digunakan sebagai media komunitas diantaranya adalah Twitter dan Instagram.

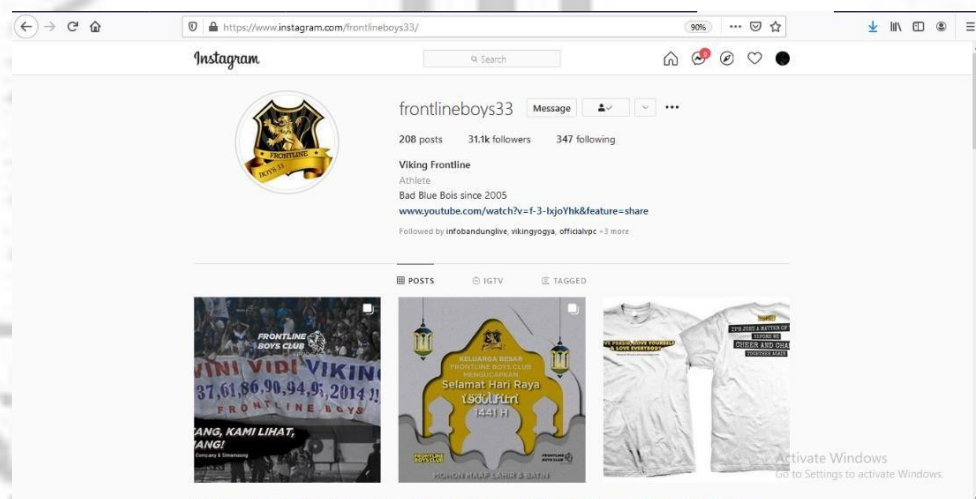


Gambar 2.1 Logo Viking Frontline



Gambar 2.2 Twitter Viking Frontline

Di media sosial sendiri, Viking frontline memanfaatkan kehadiran twitter sebagai platform untuk media komunitas. Pada laman twitter Viking frontline ini memiliki jumlah followers sebanyak 84.000 dan terbilang aktif dalam mengkritisi kebijakan kebijakan Persib Bandung yang sekiranya tidak tepat dalam pelaksanaannya.



Gambar 2.3 Instagram Viking Frontline

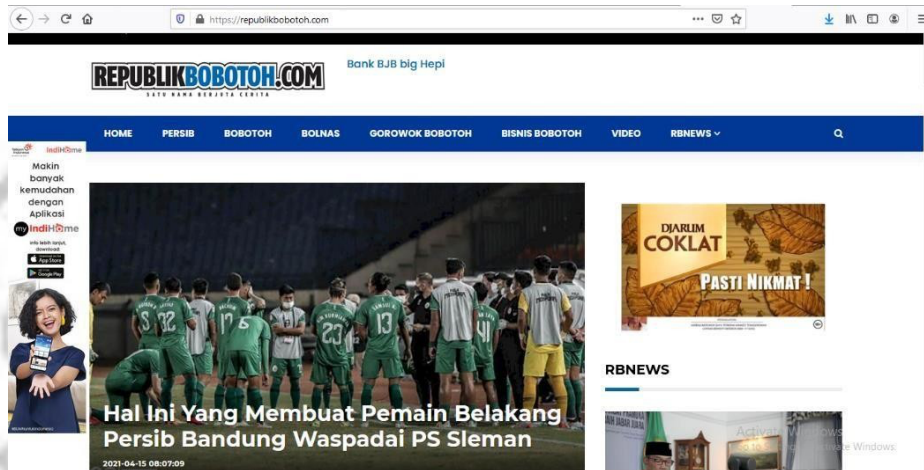
Selain itu, Viking Frontline juga memiliki media social Instagram yang dimanfaatkan sebagai media komunitas. Dari laman instagramnya sendiri terlihat seringkali mengunggah kegiatan baik didalam maupun diluar lapangan. Tidak hanya itu terlihat juga beberapa unggahannya berisi tentang sikap komunitas terhadap permasalahan yang ada di tubuh Persib Bandung. Laman Instagramnya sendiri terbilang aktif dan memiliki jumlah followers sebanyak 31.700.

2. Republikbobotoh

Republikbobotoh adalah salah satu media alternatif atau media pendukung yang dimiliki oleh bobotoh Persib Bandung dimana memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak di beberapa media social miliknya. Republikbobotoh mencoba memberikan dukungan kepada persib bandung melalui literasi- letasrasi yang ada dengan mengikuti kaidah jurnalisme. Tidak hanya itu, Republikbobotoh juga sering memberikan ruang kepada bobotoh yang ingin memberikan dukungan kepada Persib Bandung ini melalui literasi yang diciptakan sehingga bisa dikatakan bahwa republikbobotoh ini adalah media representatif bagi bobotoh Persib Bandung.



Gambar 2.4 Logo Republik Bobotoh



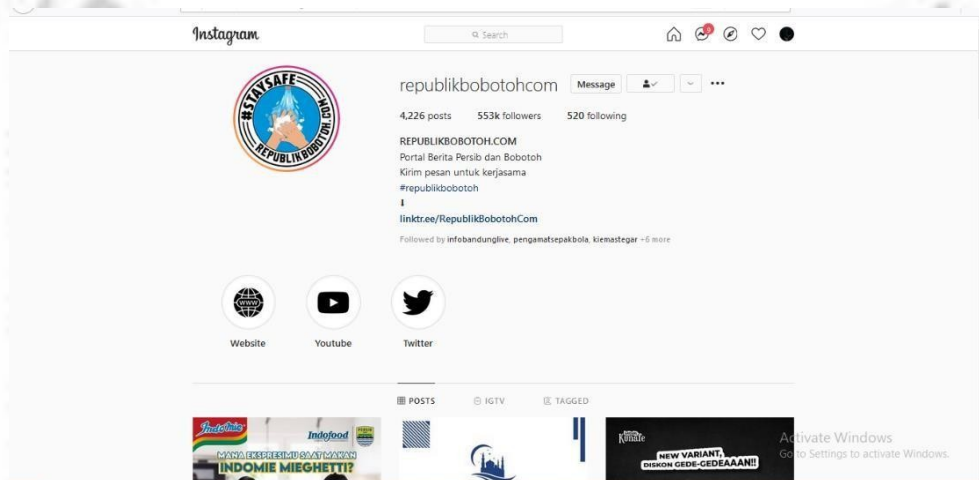
Gambar 2.5 Website Republikbobotoh.com

Website adalah media utama yang menjadi ciri khas tersendiri bagi republikbobotoh karena seluruh konten yang diproduksi akan dipublikasikan melalui laman website tersebut. Dilaman website tersebut terdapat beberapa fitur yang disediakan seperti informasi dan video seputar Persib Bandung lalu fitur *Gorowok Bobotoh* yang menyediakan ruang bagi bobotoh untuk berpartisipasi dalam membuat tulisan di republikbobotoh.com dan juga bisnis- bisnis bobotoh yang diberikan ruang oleh republikbobotoh.com untuk mempromosikan produknya. Dengan berbagai macam fitur yang diberikan, website ini menjadi media utama bagi republikbobotoh dalam memproduksi dan mempublikasikan konten- konten yang telah dibuat.



Gambar 2.6 Twitter Republikbobotoh.com

Pada lama Twitter sendiri, Republikbobotoh.com terbilang aktif dimana memiliki pengikut yang cukup banyak yaitu 126.000 *Followers*. Dengan banyaknya jumlah *followers* di laman media twitter, Republikbobotoh memanfaatkannya untuk menyebarluaskan berita yang telah diproduksi sebelumnya sehingga dapat menjangkau *public* yang cukup banyak.



Gambar 2.7 Instagram Republikbobotoh.com

Untuk di Instagram sendiri, Republikbobotoh ini terlihat begitu menarik dimana memiliki visual yang sangat baik sehingga menarik perhatian bobotoh mengikuti laman Instagram tersebut. Terbukti dengan jumlah pengikut yang cukup besar bahkan lebih besar dari pengikut yang ada pada laman twitter yaitu sebanyak 561.000 *followers* menjadikan Instagram sebagai ruang yang sangat tepat untuk menyebarluaskan berita berita yang telah diproduksi sebelumnya.

BAB III

TEMUAN

Pada bab penelitian ini, peneliti akan menjelaskan dan menganalisis jawaban- jawaban yang telah diajukan kepada seluruh narasumber terkait pengelolaan media komunitas guna menyuarakan kepentingan suporter klub sepakbola lokal. Dalam penelitian ini terdapat dua narasumber yang nantinya akan dianalisa oleh peneliti terkait jawaban jawabannya. Narasumber tersebut adalah Viking Frontline dan Republikbobotoh.com. setelah melakukan wawancara dengan narasumber terkait, peneliti menemukan beberapa fakta yang berkaitan dengan pengelolaan media komunitas guna menyuarakan kepentingan suporter klub sepakbola lokal. Berikut fakta fakta yang peneliti temukan

1. Republikbobotoh

Manajemen Pengelolaan Media

Republikbobotoh dalam menjalankan perannya sebagai media pendukung untuk persib bandung melakukan beberapa tahapan yang disebut manajemen redaksional. Dalam hal ini republik bobotoh menerapkannya dalam beberapa platform. Setiap konten yang dibuat oleh Republik bobotoh melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan juga evaluasi.

jadi kan kalau ngomongin masalah itu kita ngomongin juga tradisi reportase persib kalau di sepakbola biasanya seperti itu dho, saya yakin di kota kota lain seperti itu dimana kalau kita ngebuat media spesifik sepakbola lokal di daerahnya di kota, kita harus tau jadwal persib dulu, kalau di bandung kalau di Jakarta kita harus tahu dulu jadwal persija, di Surabaya harus tau dulu jadwal persebaya gitu jadi kan yang kita lakukan sekarang itu media yang memberitakan sehari hari tim persib bandung. Setiap kegiatan yang dilakukan persib bandung, latihan lah apa pertandingan pasti selalu kita ikuti, nah jadi disini fungsi reporter itu terus melakukan reportase tentang kegiatan persib sehari hari, redaksional nya berhubungan dengan media officer persib, jadi kita setiap kalau kultur jurnalistik di bandung itu kita wartawan reporter, wartawan, videographer itu dibuatkan grup sama media officer persib jadi setiap hari kita dikasih tau persib latihan jam segini jam segini jam segini, dimana dimana dimana (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Akan tetapi beliau menuturkan bahwa tidak seluruh konten harus melalui tahapan manajemen redaksional sehingga manajemen redaksional ini digunakan untuk konten konten tertentu dan bersifat *conditional*.

jadi kalau misalnya ngomongin perencanaan kalau kaya news gitu saya kira di kantor saya gak ada tentang perencanaan karena setiap hari kita selalu ngikutin persib kecuali kita ngegarap rubrikasi yang lain misalnya bikin profile wander luiz yaudah kita harus merencanakan itu karena itu bukan news itu buat liputan khusus pengen ngebedah pengen kepo pengen tahu perjalanan karir wander luiz ya itu kita harus direncanakan, jadi tergantung rubrikasi yang diangkat (Firman- Senior Editor Republik bobotoh)

Dari pernyataan diatas bisa dikatakan bahwa Republik bobotoh menerapkan manajemen redaksional hanya untuk beberapa konten yang sekiranya membutuhkan tahapan tersebut. Disebutkan dalam wawancara bahwa konten yang membutuhkan tahapan manajemen redaksional adalah konten- konten seperti *profile* pemain dan yang lainnya. sehingga hal ini bersifat *conditional* tergantung rubrikasi apa yang akan diangkat.

Didalam memanfaatkan sumber daya manusia, Republikbobotoh sendiri memiliki beberapa kegiatan internal dengan melibatkan orang banyak didalamnya. Selain itu, kegiatan internal ini secara tidak langsung bisa mempromosikan media media yang dimiliki oleh Republikbobotoh itu sendiri. Kegiatan yang dilakukan oleh republikbobotoh diantaranya adalah Nonton bareng dan Mancing bareng. Dan disetiap acara internal yang dilakukan oleh bobotoh ini tentu memiliki urgensinya masing masing. Ketika berbicara perihal Nonton bareng, ini dilakukan ketika Persib sedang Tandang ke kota lain sehingga republikbobotoh berinisiatif untuk mengadakan kegiatan ini agar bobotoh terfasilitasi.

“kalau misalkan nonton bareng yah urgensinya kan kita lakuinnya setiap away dimana kan gak semua bobotoh bisa nonton away tandang terus kan yang biasanya sebagai bobotoh nontonnya barengan di stadion sama anak anak, nah disitu lah makanya ngadain nonton bareng kan gini kan orang datang ke stadion itu macem macem dho ada yang pengen ketemu temen ada yang pengen nonton persib ya kan kita selalu ngadainnya tuh ketika pertandingan away, nah bakal lebih rame kan kalau semisal kita ngadainnya nobar, nobar itu kan bisa ketemu temen temen bisa ngobrol ajang silaturahmi juga intinya itu kan karena kan gak semua pertandingan away itu bisa didatengin langsung sama bobotoh. Contohnya misalnya waktu lawan persija atau lawan arema gitu kan gak mungkin juga gitu kita secara masif ngadain tour ke kandang mereka, nah dari itu lah kita ngadain nobar. paling seringnya sih di sidolig kalau enggak di cafe cafe gitu, kalau kita nobar tuh kan ya selalu disupport sama sponsor, nah semisal sponsornya pengen di tempat a yaudah kita lakuin aja gitu, tapi lebih seringnya sih di sidolig. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Sedangkan untuk kegiatan memancing ini dilakukan agar republikbobotoh bisa berinteraksi secara langsung dan membuka forum silaturahmi dengan bobotoh.

“kalau semisal yang mancing itu lebih ke gimana caranya kita dengan pembaca gitu kan atau dengan followers kaya ngaintenance aja gitu ada interaksinya gitu sama followers atau pembaca itu. Lebih ke hal itu sih dho dan lebih ke ajang silaturahmi aja.” (Firman-Senior Editor Republikbobotoh)

Dan narasumber pun menambahkan bahwa kegiatan kegiatan ini dilakukan agar republikbobotoh bisa mengetahui secara langsung siapa saja pembacanya dan diharapkan adanya hubungan emosional dengan bobotoh tidak hanya menjadikan bobotoh sebagai pendulan *traffic* saja. Karena selama ini biasanya republikbobotoh hanya bisa berinteraksi dengan bobotoh melalui website dan beberapa *platform* yang lain dan hal tersebut sangat terbatas untuk menciptakan suatu hubungan emosional. Oleh karenanya dengan kehadiran kegiatan kegiatan tersebut dilakukan untuk menumbuhkan *chemistry* dengan bobotoh

“ya yang ke satu yang tadi ya kita juga kepengen kan kalau misalkan republic bobotoh sendiri sebagai media kan yang selalu dikunjungi bobotoh, kan selama ini kan kita taunya virtual misalnya orang orang yang sering comment, kita juga pengen tau lah pembaca kita siapa aja gitu, jadi ada hubungan emosionalnya gitu antara media dan bobotohnya gak cuman sekedar di treat sebagai pembaca aja gak cuman gitu, bukan cuman sebagai pendulang traffic kita gitu kalau semisal mau ngomongin bisnisnya, tapi kita gak seperti itu juga kita juga harus ada hubungan emosional yang lebih dengan mereka itu. Ya itu sih sebenarnya, kan kita ngomonginnya segmentasinya tuh persib dan kita itu lokal di bandung dho kalau ngomongin skala nasional dengan media yang lebih besar kita pasti kalah jumlah traffic, tapi bagaimana caranya kita menjaga hubungan itu dengan pembaca itu aja sih dho. Nah misalkan kita head to headnya sama bola.com, kalau sama kompas kita udah kalah traffic, tapi dengan kita melakukan hal seperti itu bisa menjaga mereka si pembaca loyal ini dan malah lebih dekat hubungannya, jadi lebih kesana sih.” (Firman-Senior Editor Republikbobotoh)

Dari beberapa penjelasan yang dijelaskan oleh narasumber diatas, bisa dikatakan bahwa kegiatan kegiatan internal yang dilaksanakan oleh Republikbobotoh ini secara tidak langsung membantu mempromosikan media media yang dilakukan oleh bobotoh. Akan tetapi Republikbobotoh ini memiliki keunggulan tersendiri dimana yang ditunjukkan oleh republikbobotoh tidak hanya mementingkan *traffic* saja, hubungan emosional pun diperhitungkan oleh republikbobotoh karena menurutnya sebagai media lokal yang *concern* untuk mendukung Persib hal ini penting untuk dilakukan sehingga tidak hanya *engagement* saja yang didapat tetapi *chemistry* dengan bobotoh pun tercipta.

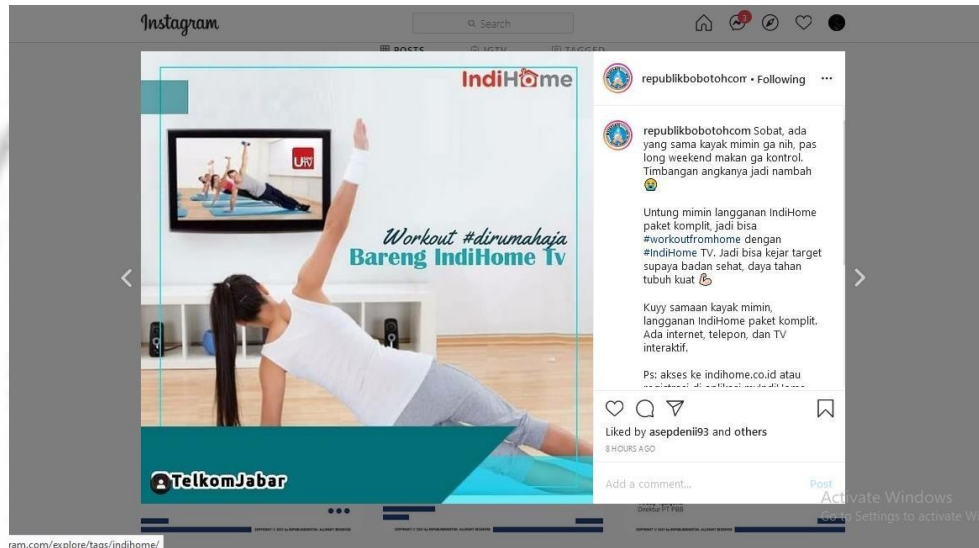
Didalam aspek materi ini pada awalnya republikbobotoh berusaha untuk mencari dan bekerja sama investor untuk membantu perihal keuangan di republikbobotoh. Dan beliaupun menambahkan bahwa dimulai dari tahun 2015 republikbobotoh bisa mandiri dan professional tanpa bantuan investor, sehingga perihal keuangan yang dibutuhkan oleh republikbobotoh sudah ditanggung sendiri hingga sekarang. Dan menurutnya hampir seluruh media media yang ada di bandung sudah terbilang mandiri dan professional.

“kita sih dulu awalnya minta bantuan ke investor terus dibalikin sampe sekarang bisa berjalan gini ya alhamdulillah udah bisa ngebalikin duitnya terus kita bisa mandiri dan professional mulai dari tahun 2015 lah dari sponsorlah terus dapet tambahan monitaze dari youtube. Sama kok semuanya sekarang media media yang ada di bandung rata rata udah pada mandiri udah bisa menghidupi banyak orang keren bandung mah menurut saya.” (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Dan terdapat hal menarik yang peneliti temukan melalui laman media social milik republikbobotoh dimana beberapa unggahannya terlihat bekerja sama dengan beberapa perusahaan dengan tujuan untuk mempromosikan *brand* tersebut. Dengan adanya jumlah *followers* yang cukup besar, tentu ini menjadi media alternatif yang sangat baik bagi perusahaan perusahaan untuk mempromosikan produknya. Dalam hal ini tentu Republikbobotoh mendapatkan *feedback* yang baik dari perusahaan tersebut untuk membantu keuangan yang ada di Republikbobotoh.



Gambar 3.1 Republikbobotoh bekerja sama dengan *Indofood* untuk memasang iklan melalui laman media social milik Republikbobotoh



Gambar 3.2 Republikbobotoh bekerja sama dengan *Indihome* untuk memasang iklan melalui laman media social milik Republikbobotoh.

Perencanaan

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa fungsi perencanaan merupakan suatu fungsi yang berkaitan dengan hal yang akan dilakukan di masa yang akan salah satunya adalah dengan menciptakan ide konsep terlebih dahulu. Dalam hal ini, Republikbobotoh menjelaskan bahwa terciptanya sebuah ide untuk memproduksi konten itu bermula dari hal hal yang terjadi terhadap Persib Bandung dan hal tersebut bersifat *situasional* dimana Republik bobotoh akan mencoba mencari sumber yang tepat untuk menggali informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi konten tersebut.

enggak sih, itu mah situasional kita, kalau misalnya kaya sekarang nih ya yang lagi anget liga 1 gagal di gelar, ya pasti semua orang ngebahasnya itu, pasti semua orang nanya nanya dari mulai ke federasi ke pemain ke pelatih ke manajemen pasti tentang itu bahasannya. (Firman- Republik Bobotoh)

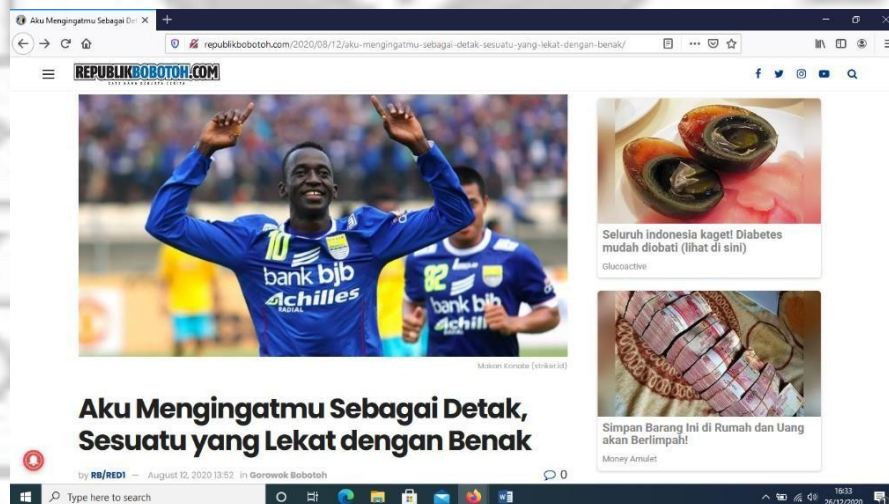
Selain itu beliau juga menambahkan bahwa republikbobotoh pun seringkali membuat konten tentang sejarah sejarah Persib di masa lampau karena bobotoh di era sekarang ini sangat menyukai hal hal yang berkaitan dengan sejarah Persib bandung baik tentang pemain pemain terdahulu ataupun tentang perkembangan tim di masa lampau.

kalau misal pun ada topik yang gak situasional, kita biasanya kalau di bandung itu bobotoh itu senengnya sejarah ya karena banyak yang generasi- generasi milenial yang gak tau gimana kejayaan Persib yang waktu itu, kalau kita kasih konten yang tentang sejarah pada suka mereka, kalau di bandung seperti itu ya. (Firman- Senior Editor Republik Bobotoh)



Gambar 3.3

Gambar 3.3 (Sumber : Website Republik Bobotoh, Diambil pada 26 Desember 2020)



Gambar 3.4

Gambar 3.4 (Sumber : Website Republik Bobotoh, Diambil pada 26 Desember 2020)

Gambar yang tertera diatas merupakan temuan dari peneliti di dalam website Republikbobotoh dimana Republik bobotoh seringkali membahas tentang masa lampau Persib Bandung untuk dijadikan konten. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa bobotoh di era sekarang lebih

menyukai konten terkait sejarah Persib Bandung seperti sejarah Pemain yang terdapat pada **Gambar 3.3** dan **Gambar 3.4**.

Republik bobotoh sendiri menyampaikan bahwa hadirnya republik bobotoh ini tidak didasari oleh kepentingan satu pihak, republikbobotoh berusaha independen terhadap semua pihak yang ada di tubuh Persib Bandung baik itu manajemen ataupun Bobotoh. Satu hal yang menjadi kepentingan dari republic bobotoh adalah untuk terus memberitakan informasi perihal Persib Bandung.

“kalau kita sih kan tujuannya dari awal kepentingannya hanya untuk Persib dan bobotoh, jadi kita berusaha untuk netral gak ada di kubu a atau kubu b gitu, kita sih enggak dari awal didirikannya republic bobotoh gak ngejudge kita tuh berpihak ke Persib atau ke bobotoh enggak, jadi apa ya enjoy aja sih gak ada kepentingan, kepentingan kita mah memberitakan seputar Persib dan bobotoh aja sih gak ada keberpihakan media”. (Firman- Republikbobotoh).

Akan tetapi dari republikbobotoh sendiri mengatakan bahwa saat ini Republik bobotoh tidak berpihak kepada siapapun kecuali saat dahulu sebelum menjadi republikbobotoh. Dijelaskan bahwa sebenarnya Republikbobotoh ini merupakan *transformasi* dari Vikingpersib.co.id yang mana saat itu adalah milik komunitas Viking, sehingga Viking sendiri berusaha untuk membuat citra Baik untuk komunitas tersebut.

“iya independen, kecuali sebelum republikbobotoh yang kemarin saya ceritain karena kan republikbobotoh itu mengalami fase panjang bagaimana berganti nama transisi dari vikingpersib.co.id menjadi republikbobotoh. Kalau dulu kita itu kan vikingpersib.co.id itu agenda settingnya itu adalah agenda setting propaganda Viking, jadi mau gak mau kita harus ngemas si Viking itu dengan citra yang bagus. Missal contoh kasus yah manajemen krisis ketika di Bekasi ada bentrokan Viking sana dan The jak sana, otomatis itu kan viral kan, jaman sekarang kan anak sd juga udah bisa kaya instagraman, itu tugas si Viking itu bagaimana membuat citra yang bagus buat si Viking karena itu kepentingannya Viking propaganda Viking. Contoh kasus terakhir haringga ya mau gak mau kita harus ngebelanya lewat Vikingpersib.co.id”. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Dijelaskan dalam Wawancara tersebut bahwa Vikingpersib.co.id ini sebelum menjadi Republikbobotoh berusaha untuk menampilkan citra yang baik di setiap konflik yang terjadi antar supporter. dan itu sudah menjadi agenda setting dari Viking itu sendiri. Dan setelah *bertransformasi* menjadi Republikbobotoh sudah sangat jarang memberitakan tentang hal hal *sensitive* seperti kerusuhan antar bobotoh di masa lampau, karena menurutnya ini akan semakin memperkeruh hubungan dengan rival tim dan tidak masuk ke dalam etika media.

“Kita kalau yang sensitive seperti itu karena sudah berganti nama gak ngangkat isu isu yang seperti itu karena apa ya kalau menurut saya gitu dan teman teman di republikbobotoh juga kalau kita memberitakan seperti itu, itu kalau menurut saya Big Red lah, ketika kita memberitakan hal negative tentang wajah kelam tentang supporter Indonesia itu akan semakin menumbuhkan kebencian, misalnya saya gak suka sama tim a, kamu gak suka sama tim b, terus saya memberitakan kejelekan tim b, iya karena saya tuh selalu punya pikiran gini apa yang kita tulis itu yang akan dipertanggung jawabkan nanti, misalkan ada kasus match fixing nih diluar persib, kasusnya pss sleman misalnya sama borneo fc yang dulu heboh itu yang mau promosi, kita nulis misalnya memberitakan keburukan tim orang, naik nih beritanya terus viral, otomatis banyak yang bully kan, secara gak langsung itu udah menumbuhkan kebencian diantara supporter jadi kit amah gak concern seperti itu. Itu mah yang ngangkat ngangkat seperti itu mah akun akun ig yang gak jelas aja lah gitu hehehe sekarang kan banyak. Jadi menurut etika media sih enggak masuk kalau menurut saya”. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Dan republikbobotoh pernah mengalami hal- hal yang tidak diduga sebelumnya dimana republikbobotoh harus mengganti *planning* secara tiba tiba karena ada beberapa hal yang tidak terduga dan *planning* yang sebelumnya tidak terealisasi dengan baik. Hal yang sering terjadi adalah ketika mewawancarai narasumber untuk menggali informasi lebih banyak. Terkadang jadwal yang sudah ditentukan untuk melakukan wawancara dengan narasumber terdapat berbagai macam kendala seperti narasumber tersebut sedang tidak bisa diwawancara ataupun yang lainnya. Oleh karenanya republikbobotoh sendiri sudah berusaha mempersiapkan *plan* lain yaitu mencoba mencari dua narasumber untuk menggali informasi lebih dalam agar kejadian- kejadian tersebut bisa segera diantisipasi.

“pernah pernah, kalau di media sih kan ketika kita menemui narasumber gak semua narasumbernya yang apa ya bukan friendly, karena orang itu beda beda ya ketika misalkan janjiin gitu kaya ridho janjiin sama saya, tiba tiba saya gak bisa gitu sedangkan ini kejar tayang otomatis kita harus punya plan b dan sering kaya gitu misalkan saya pengen liputan khusus sama manajer persib misalnya Hj.Umuh Muchtar yang dulu, tiba tiba pak haji umuh ada acara di tempat anu yang membuat kita tidak memungkinkan melakukan interview eksklusif, ya kita harus puter otak plan b nya seperti apa, kalau mungkin kaya sekarang jaman jamannya podcast, apalagi beberapa media sekarang udah berani membuat konten yang live streaming itu berabe banget, karena saya dulu pernah sebelum republikbobotoh ini yang vikingpersib.co.id itu punya program live streaming setiap hari rabu dimana topik dan isu isu terhangat kita kemas disitu itu digarapnya secara bagus karena shootingnya juga ditempat yang bagus, kebetulan satu hari narsum gak bisa ya akhirnya kalau live streaming seperti itu udah gak bisa plan b, itu pinter pinter gimana si pembawa acara ngangkat isunya karena waktu itu program live streamingnya republikbobotoh tapi kita masih vikingpersib.co.id dan itu tahun lalu, makanya belajar

dari situ kita setelahnya gak pernah mengundang narsum satu orang karena kita gak tahu nantinya gimana”. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Pengorganisasian

Didalam fungsi pengorganisasian ini, banyak bidang kerja yang terlibat dalam pembuatan suatu konten. Republik bobotoh sendiri menjelaskan bahwa dalam tahapan pengorganisasian terdapat beberapa bidang yang terlibat didalamnya seperti Reporter, editor dan senior editor. Jadi dalam tahapan pembuatan kontennya adalah reporter perlu mencari narasumber terlebih dahulu untuk menggali informasi lebih dalam terkait konten yang ingin diproduksi, setelah itu reporter akan memberikan hasil wawancara tersebut kepada editor dan setelah itu akan diberikan kepada senior editor untuk *final editing*.

“kalau berita udah jelas harus ada reporter melobi narasumber, dari reporter misalkan redaksionalnya dikirim ke editor, terus kalau semisal gak perlu diedit edit lagi sama senior editor udah edit lagi sedikit seperi itu dan final nya pasti di editor”. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)



Bagan 3.1 bidang dan alur kerja dalam tahapan pengorganisasian

Selain itu ia juga menjelaskan bahwa republikbobotoh ini hanya bergerak di media online yang dituntut untuk selalu cepat memberikan informasi kepada khalayak. Banyak perbedaan ketika di bandingkan dengan cetak dimana ketika cetak membuat suatu konten perlu melalui tahapan yang cukup rumit sedangkan untuk media online sendiri tidak serumit media cetak karena dituntut untuk selalu cepat dan tetap actual.

“enggak enggak perlu, gak seribet itu kok media online tuh kecuali cetak ya kalau cetak pasti seperti itu harus dari pemred kalau online tuh yang saya sudah lakuin gak seperti itu, jadi reporter punya bahan karena tulisan mentah ya mesti disunting dan diedit lagi baru naik gak seribet itu karena kan berbicara media online berbicara tentang kecepatan”. (Firman- Republikbobotoh)

Pelaksanaan

Dalam hal ini, Republikbobotoh mengungkapkan bahwa permasalahan yang sering terjadi saat membuat konten itu ketika berada pada saat produksi dan pasca produksi. Menurutnya pra produksi itu hanya menyiapkan konsep baik detail ataupun general dan ketika saat produksi dan pasca produksi seringkali terjadi masalah yang tidak diduga.

“problemnya itu pasti kebanyakan pas diproduksi sama pasca produksi, kalau pra produksi itu kan Cuma beride konsep dan yang lainnya, ketika produksi pasti aja ada kendala pasti saya yakin pasti mau media apapun itu mau cetak atau yang lainnya. kalau yang pasca produksinya pasti selalu ada juga kendalanya, gini deh misalnya kita mau produksi dan ngeliput mantan pemain Persib let's say Atep, kita punya pra produksi pengen angkat cianjurnya dengan nama Atep misalkan made in Cianjur, udah kita plan waktu shooting kapan, timelinenya kita buat, pertanyaannya kita buat, produksi ya oke udah produksi terus pas pasca produksi salah satu filenya ilang gimana coba ? gak mungkin kan kita re-take ya seperti itulah mungkin gambarannya”(Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Beliau pun memberikan contoh kasus yang terkadang terjadi saat produksi atau pasca produksi. Ia mengatakan bahwa ketika pasca produksi bisa jadi salah satu file yang sudah diambil dari narasumber hilang, ataupun beberapa masalah yang lainnya. Tentu ini membuat Republikbobotoh harus berpikir dua kali untuk melengkapi *file* yang hilang. Dan beliau mengungkapkan bahwa salah satu yang bisa menjadi alternatif ketika salah satu file yang sudah diambil dari narasumber tersebut hilang adalah dengan menggunakan *voice offer* ataupun menampilkan gambaran umum konten yang sedang dibuat. : *“bisa saja, nanti dikemasnya melalui voice offer terus paling sisanya foto foto atep atau gimana bisa kan seperti itu lah contohnya”* (Firman-Republikbobotoh)

Perihal konten yang dibuat selaras atau tidak dengan tujuan awalnya, Republikbobotoh sendiri mengungkapkan bahwa hal ini tentu berbeda dengan apa yang diterapkan oleh Viking Frontline. Karena Republikbobotoh ini adalah sebuah media pendukung, jadi harus mengambil informasi dari mana saja dan mengemas konten sebagaimana media pada umumnya.

“Bedanya Frontline sama Republikbobotoh, Frontline itu kan komunitas supporter kalau kita kan media, jadi pasti selalu mengambil dari beberapa sudut pandang, gak mungkin kita ngejokes terus misalkan gak mungkin republikbobotoh ngejokes, mau konten media sosialnya ngejokes gak mungkin karena kita media resmi jadi memang seperti media media lain pasti pengemasan media sosialnya kaku jadi paling pantulan berita doang.” (Firman-Senior Editor Republikbobotoh)

Dan jika memang konten yang dibuat tidak sesuai dengan tujuan awalnya tentu harus mempertimbangkan beberapa hal. Narasumber memberikan contoh kasus saat pandemic covid-19, tentu banyak sekali sektor yang dirugikan akibat kehadiran covid-19 ini dan republikbobotoh pun termasuk yang terkena dampak tersebut. Sehingga republikbobotoh harus mencari jalan lain untuk mendapatkan pemasukan dan harus bisa lebih mengoptimalkan kuantitas daripada kualitas karena tuntutan pemasukan tersebut.

“ini nih saya ngomongin soal pandemi, semua sektor kena pandemic itu, kalau kita dulu berbicara kualitas misalkan konten youtube, sekarang bicarannya kuantitas dimana youtube itu sekarang kan udah ya monetization, misalkan kita punya 50.000 subscriber yang harus kita kasih konten setiap hari mau gak mau kita kejar kuantitas bukan kualitas lagi apalagi dimasa pandemi ini pemasukannya berkurang kita harus ngedapetin uang dari manapun itu bagaimana pun caranya ya gitu lah dan segmentasi pasar kita juga udah jelas bobotoh gak usah riset riset dalem dalem lagi. sekarang jadinya receh receh gitu ya gak salah juga karena situasinya seperti ini dimana ini sedikit ngomongin masalah finansial republikbobotoh nih, gara gara pandemic kita kehilangan beberapa client nih, kita misalkan udah sepakat dengan client yang nominalnya sekian tapi pencairannya dicut 50% gara gara pandemic, jadi otomatis karena di perusahaan ini tuh banyak yang hidup dari perusahaan ini mau gak mau kan harus banting tulang harus mikir lagi gimana caranya semua karyawan tetap kegaji, misalkan dengan regulasi pemotongan gaji 20% 30% tapi tetep dari pada gak digaji sama sekali dari pada perusahaannya bangkrut jadinya mau gak mau kita harus berfikir ya balik lagi ke konten yang bukan kualitas lagi yang dikejar tapi kuantitas.”(Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Pengawasan

Untuk fungsi pengawasan, republikbobotoh melakukan evaluasi terhadap konten- konten yang telah diproduksi sebelumnya. Republikbobotoh mengatakan bahwa hal tersebut selalu dilakukan setelah produksi konten dan dilakukan bukan individual tapi dilakukan secara *team*. Setelah dilakukannya evaluasi, Republikbobotoh menganggap bahwa selalu ada peningkatan ketika ada evaluasi karena secara fungsi, evaluasi memang diperuntukan agar bisa memperbaiki kekurangan- kekurangan di konten sebelumnya.

“ada ada, itu selalu kita evaluasi ketika beres produksi kekurangannya dimana terus ya seperti itu lah dan evaluasinya juga dilakukan se tim bukan perorangan gitu. Peningkatan ya pasti ada, ya kaya gini lah misalnya contohnya dulu karena kita punya keterbatasan karena alat kameranya jelek terus audio recordernya jelek otomatis gak enak hasil akhirnya ketika upload, ya itu bisa jadi bahan evaluasi, berarti evaluasinya apa kita harus nabung beli alat yang proper untuk menghasilkan konten yang bagus juga secara audio dan visualnya. Terus kita juga selalu membaca kan misalnya di youtube itu kana da kolom

komentarnya ya kita juga harus membaca feedback dari viewers kita, mau gak mau itu kekurangan kita apa misalnya oh itu hostnya seperti ini.” (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan

Dalam hal ini, kehadiran media tentu sangat mempengaruhi kehidupan dan aktifitas masyarakat salah satunya adalah dalam menyuarakan kepentingan. Republikbobotoh mengatakan bahwa kehadiran media ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan yang ingin disampaikan oleh bobotoh.. Tidak hanya itu, karena adanya media, bobotoh sekarang lebih berani untuk beropini terhadap permasalahan permasalahan kritis terkait persepakbolaan Indonesia terlebih republikbobotoh sendiri memberikan peluang kepada bobotoh untuk memasukan tulisannya dan akan dimuat di *website* resmi Republikbobotoh. Tentu ini semakin dekat dengan tujuan awal dimana ingin mendukung persib melalui literasi.

“kalau kita dari dulu nih ya dho selalu melibatkan bobotoh disetiap konten kita entah itu tulisan entah itu konten youtube atau yang lain, ini dari dulu sih karena bobotoh itu literasinya bagus dari zaman vikingpersib.co.id ini kita selalu nampung tulisan dari bobotoh entah itu opini analisa atau apapun itu, yang pasti kita selalu melibatkan bobotoh dari dulu karena saya yakin literasi bobotoh itu sangat bagus kaya misalnya Angky dia kan kerjanya agency tapi tulisannya bagus loh, tapi kan gak mungkin dia nulis tiap hari ada saatnya dia pengen nulis nih karena lagi geremet sama kondisi persib saat ini ya dia nulis terus kirim lewat email, terus misalnya ridho juga nanti skripsi misalnya kirim ke email saya jadi ya seperti itu bisa, kita selalu melibatkan bobotoh dho seperti itu” (Firman-Senior Editor Republikbobotoh)

Republikbobotoh selalu menjadi media yang bisa merepresentasikan suara bobotoh. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa setiap konten yang diproduksi selalu melibatkan bobotoh didalamnya sehingga republikbobotoh ini menjadi medium dari suara-suara yang ingin disampaikan oleh bobotoh. Akan tetapi republikbobotoh menjelaskan bahwa media yang dimiliki oleh republikbobotoh tidak pernah memiliki kepentingan yang hanya menguntungkan satu pihak saja sehingga konten- konten yang diproduksi semaksimal mungkin tidak menyudutkan suatu pihak. Dan Republikbobotoh pun menambahkan jika dihitung dalam persenan terkait keberpihakan kepada supporter dan manajemen, supporter lah yang lebih diutamakan dengan

persenan sebanyak 70 % dan manajemen 30 %. Hal tersebut dilakukan karena memang pada dasarnya republikbobotoh ini adalah representasi dari bobotoh itu sendiri tetapi ketika adanya suatu isu yang sedang terjadi antara supporter dan manajemen, republikbobotoh sebagai media akan memproduksi konten berdasarkan *statement* dua pihak yaitu bobotoh dan manajemen.

gini dho misalkan case nya yang tiket online misalnya ya kita dari republikbobotoh pasti cover both side dho, ya dari pihak bobotoh kita naikin dari pihak manajemen juga kita naikin jadi sebagai jembatan gitu, gak mungkin kita kalau kasusnya seperti itu hanya terfokus pada satu pihak. Tapi mungkin kalau semisal di persentasiin kita pasti lebih condongnya ke bobotoh sih dho ya kisaran 70 persen buat bobotoh, 30 persen buat persib. Kan misalkan dengan transisi tiket online banyak bobotoh yang maksudnya dalam artian bukan gak setuju tapi kurangnya edukasi dan sosialisasi dari pihak manajemennya sendiri gitu. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Akan tetapi ketika permasalahannya berkaitan dengan supporter di klub lain, Republikbobotoh sebagai media pendukung akan selalu berpihak kepada bobotoh dan persib di setiap isu yang sedang terjadi dengan supporter klub lain yang memang berpotensi untuk mencoreng nama baik Persib. Didalam kasus- kasus seperti ini yang memang berkaitan dengan supporter klub lain, Republikbobotoh sebagai media akan berperan melalui tulisan dalam mempertahankan prestasi dan citra baik Persib Bandung.

ya kan balik lagi, republikbobotoh kan didirikan sebagai media pendukung Persib Bandung, dalm hal itu kan kita harus mewakili Persib berada di belakang Persib otomatis ini kan keberpihakan kan dho, kita sih kadang- kadang selalu subjektif kalau ada isu- isu negative tentang Persib dimana republikbobotoh itu harus ngedefend. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Selain itu, Republikbobotoh mencoba untuk menyeimbangi informasi dengan official media Persib Bandung yang cenderung hanya memberikan informasi positif, Republikbobotoh ini sebagai media tetap memproduksi konten- konten yang tidak hanya memberikan informasi positif saja, seringkali juga republikbobotoh ini membuat konten yang memang berisikan kritik terhadap kebijakan- kebijakan yang dinilai tidak baik bagi supporter. Akan tetapi republikbobotoh tidak pernah menganggapnya menjadi suatu masalah ketika informasi yang disampaikan oleh official media Persib Bandung cenderung hanya memberikan informasi positif terkait Persib Bandung. Republikbobotoh beranggapan memang seharusnya official media hanya memberikan informasi

positif terkait Persib Bandung dan ketika terdapat suatu isu yang sekiranya negative, disitulah fungsi republikbobotoh untuk mengkritisi isu tersebut

oh kalau itu selalu, kalau itu selalu, kalau itu kita pasti ada karena kita kan tidak ada kepentingan apapun dengan manajemen Persib, sebisa mungkin kita harus berdiri di tengah tengah diantara bobotoh dan Persibnya. gak masalah juga dho kalau yang official media itu mah. Karena memang official klub itu harus memberitakan hal yang positif gitu dho dan dimana mana seperti itu dho. Dan disitu fungsi media pendukung seperti republikbobotoh kalau ada sesuatu yang janggal tentang persib dan manajemennya disitu mereka harus muncul. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)



Gambar 3.5 konten yang diproduksi di laman website Republikbobotoh

Jika dilihat dari temuan tersebut, Republikbobotoh mencoba untuk mengkritisi berbagai hal dan mempublikasikannya di website republikbobotoh.com. Jika dilihat dari isi konten tersebut, republikbobotoh mencoba untuk membahas kembalinya musim baru yang seringkali menjadi drama di internal Persib itu sendiri. Dimulai dari manajemen yang tidak pernah belajar dari kesalahan di musim- musim sebelumnya lalu minimnya prestasi yang dihasilkan oleh pemain-pemain persib dan jersey yang dinilai memiliki desain yang kurang baik. Dengan adanya temuan tersebut bisa menjelaskan bahwa republikbobotoh mencoba untuk memproduksi konten- konten yang tidak mungkin diproduksi oleh official media persib yaitu keluh kesah yang dirasakan oleh bobotoh karena official media persib cenderung memproduksi konten- konten positif saja tentang Persib Bandung dan tidak memberikan supporter untuk bersuara di media yang dimiliki oleh Persib Bandung.

Terdapat beberapa contoh kasus yang menunjukkan bahwa republikbobotoh berusaha independen disetiap konflik yang terjadi di internal Persib Bandung salah satunya adalah

didepaknya Radovic dari kursi kepelatihan Persib Bandung. Pada saat itu banyak sekali kritik yang disampaikan oleh bobotoh kepada manajemen agar radovic tidak lagi mengisi posisi menjadipelatih Persib Bandung salah satunya adalah dengan membuat tagar #radovicout di media social, ataupun melakukan suatu pergerakan nyata di stadion dalam mengkritis radovic sebagai pelatih Persib. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa republikbobotoh ini berusaha untuk *cover both side* dan tidak berpihak kepada siapapun. Didalam kasus tersebut, Republikbobotoh berusaha untuk memproduksi konten yang sekiranya netral dengan cara memberikan dua sudut pandang yang pertama dari manajemen dan yang kedua dari supporter sehingga pada saat itu republikbobotoh menciptakan dua konten tulisan dengan dua sudut pandang yang berbeda.

gini dho balik lagi yang tadi saya bilang, republikbobotoh itu selalu cover both side itu dho ada versinya dari manajemen ada versinya dari bobotoh sebisa mungkin kita ada di tengah tengah kalau soal itu dho terus kalau misalkan contoh kasus radovic tadi kan yang mau digebukin itu kalau gak salah, pas waktu itu kita ambil tulisan dua, radovic bilang seperti ini bobotoh bilang seperti ini dan dinaikin dua-duanya. Memang pada saat itu bobotoh salah tapi kan secara pengamanan itu yang seharusnya steril dari penonotn kenapa bisa jebol itu artinya pengamanan kurang siap dho dan kita naikin juga soal itu kenapa bobotoh bisa turun ke lapangan gitu karena yang namanya suporter kan emosional gak pernah berfikir gimana gimana terhadap tim sepakbola yang dicintai seperti itu. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Dan beliau pun menambahkan bahwa sebenarnya bobotoh tidak akan pernah puas terhadap apapun yang berkaitan dengan Persib Bandung. Tentu ini harus menjadi suatu perhatian dari manajemen dalam memberikan suatu *treat* yang baik kepada bobotoh karena bagaimana pun bobotoh merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam sejarah berkembangnya Persib Bandung. Dan tentu ketika terdapat suatu hal yang tidak baik bagi bobotoh, tentu akan dikritisi oleh bobotoh dengan caranya baik melalui media social ataupun dengan melakukan suatu pergerakan nyata. Dan hal tersebut tentu menjadi suatu resiko yang harus diterima oleh manajemen karena pada dasarnya bobotoh melakukan kritik kepada manajemen adalah agar Persib bisa tetap menjadi tim besar yang memiliki segudang prestasi.

“kalau menurut saya sih semuanya karena kalau saya memposisikan diri saya sebagai bobotoh ya, saya can get enough dari persib. Ya seperti itu dari prestasi dari kontennya selalu merasa kurang puas, ya itu, Movmentnya ya a movement apa aja mau yang real ataupun yang di media social sama aja menurut saya.” (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Didalam proses penyampaian kritik melalui media, tentu republikbobotoh berharap agar kritik kritik yang telah disampaikan oleh bobotoh dapat didengar oleh Persib Bandung. Karena perkembangan teknologi, tentu jejak digital akan sangat mudah ditemukan terlebih terkait informasi- informasi yang telah dimuat sebelumnya. Dengan memanfaatkan jejak digital tersebut, republikbobotoh dapat membuat suatu kritik kepada manajemen dalam menanggapi suatu konflik yang sedang ramai. Dan ketika tulisan tersebut sudah dipublikasikan, republikbobotoh sangat yakin bahwa tulisan tersebut akan dibaca oleh manajemen dan manajemen akan mempertimbangkan kritik- kritik yang disampaikan oleh bobotoh. Selain itu, republikbobotoh pun menjelaskan bahwa sebenarnya tidak hanya melalui tulisan yang dimuat di lama website saja yang dapat berpengaruh terhadap kebijakan- kebijakan manajemen, media social yang semakin hari semakin berkembang tentu dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai alternatif dalam mengkritisi manajemen

jadi gini kan, saya itu ngikutin Persib setiap harinya jadi kan kita tahu apa yang diomongin sama si A si B si C si D, kok gak sinkron sih omongannya padahal setiap hari ketemu di kantor di sulanjana dan itu jejak digitalnya ada tiap hari karena kita pasti naikin berita persib, nah dari hasil itu kita bisa menyimpulkan bisa menganalisa dan bisa mencari solusi. Saya yakin petinggi petinggi Persib itu pada baca dan akhirnya sekarang kaya gimana kan gak sembarang yang ada di jajaran direksi Persib buat kaya gitu. Dan itu bukan cuman lewat tulisan doing dho, bisa lewat media social dan itu pasti mereka baca kok kaya semisal balik lagi tentang tagar unsubscribe persib itu karena pengemasan konten digital medianya gak bagus gitu menurut bobotoh, kan mereka banyak berkomentar melalui sosail media dan akhirnya si manajemen secara perlahan memperbaiki kualitas digitalnya seperti itu jadi gak cuman lewat tulisan aja. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Republikbobotoh menambahkan bahwa kultur bobotoh dalam mengkritisi manajemen itu terbilang baik karena bobotoh memiliki refrensi yang sangat baik dalam sepak bola. Tentu refrensi tersebut menjadi suatu hal yang berpengaruh dan memberikan suatu pengangan yang kuat kepada bobotoh dalam mendukung tim kesayangannya. Selain itu, Republikbobotoh berharap bahwa manajemen tidak menganggap kritik- kritik dari bobotoh merupakan suatu hal negative karena bobotoh menyampaikan kritik- kritik tersebut agar Persib Bandung bisa mencapai titik tertingginya yaitu berprestasi. Dan tentu kritik- kritik tersebut disampaikan agar manajemen bisa memperbaiki secara keseluruhan dimulai dari official media Persib Bandung hingga permainan tim dilapangan sehingga Persib tidak bisa direndahkan oleh supporter dari tim lain.

selain itu yang saya seneng itu banyak bobotoh yang punya refrensi sepakbolanya itu bagus walaupun gak semua, tapi apa yang mereka tonton apa yang mereka lihat apa yang mereka baca itu bener gitu dan itu yang membuat bobotoh itu selalu kritis ke si Persib itu kalau semisal gak gitu berarti si bobotoh itu gak sayang sama Persib gitu. Dan bentuk kritik bobotoh ini tanda sayang ke persib dho mending dikritik sama bobotoh sendiri dari pada sama supporter tim lain dho. (Firman- Senior Editor Republikbobotoh)

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa konteks menyuarakan kepentingan supporter melalui media yang dimiliki oleh republikbobotoh tidak hanya terfokus dalam menyuarakan kepentingan atau kritik terhadap manajemen persib saja, tetapi konteks menyuarakan kepentingan yang dilakukan oleh republikbobotoh adalah *general* sehingga ketika ada suatu hal yang sekiranya perlu dikritisi baik dalam konflik internal ataupun eksternal, republikbobotoh akan memanfaatkan peran medianya untuk mengkritisi hal tersebut. Didalam hal ini, republikbobotoh menjelaskan bahwa terdapat suatu konflik besar yang menimpa persib dan bobotoh dimana persib sangat dirugikan oleh keputusan- keputusan dari federasi. Kasus tersebut adalah ketika meninggalnya salah satu supporter Persija yang bernama Haringga saat Persija menjamu Persib di stadion Gelora Bandung Lautan Api. Republikbobotoh menjelaskan bahwa siapapun tidak akan pernah *respect* terhadap kriminalitas yang terjadi didalam sepakbola. Tentu republikbobotoh juga menyesalkan kejadian meninggalnya almarhum haringga yang diakibatkan oleh oknum bobotoh, menurutnya oknum- oknum tersebut harus diadili seadil mungkin sesuai dengan Undang- Undang yang berlaku. Tetapi republikbobotoh sangat menyayangkan keputusan- keputusan federasi yang dinilai sangat berpengaruh terhadap prestasi Persib Bandung di Gojek Liga 1 dimana pada saat itu Persib sedang berada di puncak klasemen. Federasi dinilai kurang tepat dalam memberikan keputusan terhadap Persib Bandung seperti diusirnya Persib Bandung dari Bandung dan harus bermain di kota lain, lalu beberap pemain tidak bisa bermain di pertandingan akibat sanksi yang diberikan oleh federasi hingga pernah dalam suatu pertandingan Persib Bandung harus bermain tanpa 7 pemain inti. Dari adanya keputusan- keputusan yang dinilai sangat merugikan Persib Bandung, akhirnya republikbobotoh mencoba mengkritisi hal tersebut dengan memberikan contoh kasus yang berada di negara lain. Dan pada saat yang bersamaan republikbobotoh merasa dengan adanya kasus tersebut, baru pertama kalinya bobotoh dan manajemen memiliki opini dan frekuensi yang sama dalam mengkritisi kebijakan tersebut dan mencoba menjaga nama baik persib akibat krisis yang didapat dari kasus meninggalnya almarhum Haringga.

oh itu saya ngedefend abis abisan Persib dho karena diserang secara nasional walaupun memang posisinya oknum bobotoh yang salah karena murni kriminal diluar sepakbola, itu saya sampe bikin tulisan yang saya reset selama seminggu karena sumbernya banyak banget dho dan saya ngambil contoh kasusnya di negara- negara lain karena waktu itu posisinya si persib ini menurut saya ya dan menurut banyak bobotoh ya bukan didalam sepakbola, itu murni kriminal dho dan harus dihukum di pengadilan saya juga tidak setuju atas adanya kasus pembunuhan apalagi cuman masalah bola tapi kenapa dampaknya sangat merugikan Persib yang pertama terusirnya Persib dari Bandung terus banyaknya akumulasi kita lagi diatas dan kita wah didzolimi abis abisan, nah dikasus seperti itu kita harus ada dho untuk melindungi Persib dan selama saya ngabobotohan dan selama saya menjadi jurnalis baru pertama kalinya saya ngerasa dimana bobotoh semuanya bersatu untuk ngedefend persib, gak ada kejadian- kejadian sebelumnya yang bisa ngebikin bobotoh satu suara cuman dikasus itu aja, kita sepatat ya kalau itu adalah kriminal itu harus dihukum karena itu negara hukum tapi tidak untuk dampaknya seperti merugikan Persib dengan sanksi sanksinya, itu saya baru ngerasain bobotoh satu suara loh dalam ngedefend persib



Gambar 3.6 Kritik terhadap federasi dalam memberikan sanksi kepada Persib Bandung



Gambar 3.7 Kritik terhadap federasi dalam memberikan sanksi kepada Persib Bandung

Didalam **Gambar 3.2** dan **Gambar 3.3** merupakan tulisan dengan judul “Murni Kriminal dan Jangan Menjadi Bodoh, Baca Saja Aturan FIFA” yang dihasilkan oleh senior editor republikbobotoh dalam menyampaikan kritik- kritiknya kepada federasi. Menurut beliau didalam kasus tersebut seharusnya yang bertanggung jawab penuh adalah orang yang melakukan tidak pidana tersebut, tidak seharusnya kejadian tersebut dibebankan kepada Persib Bandung karena jika dilihat dari ilustrasi tempat terjadinya kasus tersebut, tempat tersebut tentu diluar kendali stadion karena berada di bagian paling luar area stadion dan sudah masuk kedalam daerah warga.

Dan dengan adanya kasus tersebut, republikbobotoh sebagai media yang merepresentasikan bobotoh itu sendiri mencoba menyuarakan kepentingan bobotoh dengan membuat suatu propaganda yang sempat diperbincangkan di media social yaitu #seruikun. Hastag tersebut bermula dari propaganda yang diciptakan lalu ramai diikuti oleh bobotoh lainnya di social media. Maksud dari #seruikun adalah bentuk protes bobotoh terhadap federasi karena Persib harus terusir dari kotanya sendiri akibat kasus harlingga tersebut. Seperti yang sebelumnya dikatakan bahwa tidak seharusnya beban tersebut diterima oleh Persib karena hal itu murni kriminal dari oknum bobotoh dan yang harus mempertanggung jawabkannya adalah oknum tersebut. Tetapi federasi tetap memberikan sanksi- sanksi yang sangat memberatkan Persib Bandung sehingga munculah propaganda tersebut. Tagar #seruikun ini bermaksud memberi suatu kritik kepada federasi dengan cara menempatkan Persib untuk bermain di serui. Dan ternyata dibalik propaganda tersebut terdapat suatu maksud besar yang coba disampaikan oleh bobotoh dalam mengimplementasikan kekecawaannya terhadap keputusan- keputusan federasi. Jika memang Persib bermain di serui, secara otomatis Persib tidak dapat disiarkan di televisi karena beberapa keterbatasan yang ada di serui. Dan tentu hal ini sangat merugikan pemegang hak siar karena Persib merupakan suatu tim besar yang selalu memberikan rating tinggi kepada pemegang hak siar sepakbola Indonesia. Selain pemegang hak siar yang dirugikan, beberapa sponsor pertandingan akan dirugikan karena tidak bisa tayang di televisi dan secara langsung pemegang hak siar harus mengganti rugi dengan nominal yang tidak sedikit yaitu ratusan juta rupiah. Dan tentu pemegang hak siar pun akan menyalahkan federasi atas adanya keputusan tersebut. Dan untuk Persib sendiri tentu tidak akan mendapatkan dampak sedikitpun dengan dijadikannya serui sebagai rumah kedua bagi Persib. Dan sponsor klub akan tetap terjaga karena Persib akan bermain selama 3 bulan di serui lalu memanfaatkan beberapa platform yang dimiliki oleh Persib untuk tetap memberikan hak- hak yang seharusnya didapat oleh sponsor tim. Akan tetap pada saat itu pelatih

Mario Gomez menolak untuk bermain di Serui karena kondisi lapangan yang kurang baik sehingga propaganda tersebut tidak jadi dilaksanakan dan mengikuti keputusan pelatih.

iya dho terus ada counter juga sebenarnya do dari bobotoh karena kita terusir dari Bandung dan harus main di Bali terus dengan hukuman- hukuman yang Persib harus kehilangan 7 pemain dalam satu pertandingan karena akumulasi kartu kuning. Masih inget gak yang trending topic di twitter tagarnya seruikeun ? itu saya yang buat dho dan itu sih Persib tuh tanpa disuruh manajemen dan semuanya yang ada di tim Persib mendukung tagar seruikeun itu tapi akhirnya Mario Gomez nya gak mau karena kejauhan dan lapangannya jelek dan lain lain, padahal secara propaganda apa yang saya sudah bangun itu menang banget karena ketika kita main di Serui pertandingan Persib gak bisa disiarkan di televisi, Indosiar sebagai pemegang hak siar Persib harus membayar ratusan juta kepada sponsor karena gagal menyiarkan pertandingan- pertandingan Persib karena ya rating Persib ridho tau sendiri kaya gimana, kebayang kalau jadi Serui kaya gimana hehehe bakal rugi semua dan si Persib gak bakalan rugi karena kita stay disitu selama 3 bulan, banyak yang dirugikan kalau kita main di Serui termasuk federasi, termasuk LIB termasuk yang punya hak siar semuanya rugi itu kalau jadi main di Serui makanya pada takut mereka tuh setelah seruikeun seruikeun itu dan itu sempat trending di twitter tuh dho dan dibahas dimana mana.

Sebenarnya propaganda tersebut adalah suatu bentuk yang coba disampaikan oleh bobotoh dalam menyuarakan hak- haknya sebagai supporter. Dalam pelaksanaannya, tentu propaganda tersebut sangat baik dilakukan oleh supporter dengan mempertimbangkan banyak hal dan sekaligus memberikan kritik atas keputusan- keputusan federasi. Dengan adanya temuan tersebut tentu bisa dikatakan bahwa republikbobotoh tetap akan menjadi media yang merepresentasikan bobotoh di setiap konflik yang sedang terjadi. Jika memang konflik tersebut berkaitan dengan manajemen, sebisa mungkin republikbobotoh *cover both side* agar tidak menyudutkan suatu pihak tetapi tetap mementingkan suara bobotoh terlebih dahulu. Dan jika konflik yang terjadi berkaitan dengan pihak eksternal, republikbobotoh berusaha sebisa mungkin untuk mempertahankan reputasi Persib dan Bobotoh dalam menyuarakan hak- hak yang seharusnya didapat oleh Persib. Ketika konflik tersebut berkaitan dengan keputusan- keputusan yang diberikan oleh federasi dan merugikan Persib, tentu republikbobotoh akan memaksimalkan peran media dalam menyuarakan kepentingan supporter agar federasi bisa memahami dan mempertimbangkan suara- suara yang disampaikan oleh bobotoh Persib Bandung.

Menyuarakan Kepentingan (Literasi)

Didalam bentuk menyuarakan kepentingan melalui literasi ini, Republikbobotoh sebagai media memberikan alternatif kepada bobotoh untuk menyuarakan hak- haknya sebagai supporter melalui tulisan. Selain itu, republikbobotoh pun memiliki suatu alternatif agar bobotoh tertarik dalam mendukung Persib melalui literasi ini yang dinamai suara bobotoh. Didalam alternatif tersebut, bobotoh diberikan kesempatan untuk mengirimkan tulisannya kepada republikbobotoh dan setelah itu akan dimuat di *website* milik republikbobotoh. Ketika adanya suatu konflik yang sedang terjadi, banyak sekali tulisan yang masuk ke email republikbobotoh karena banyak bobotoh yang ingin mengkritisi konflik tersebut.

ya literasi ya secara tulisan dho. kalau semisal kegiatan yang mengajak bobotoh untuk beliterasi kita selalu ada karena kita punya kaya yang suara bobotoh itu kita ngajak teman teman bobotoh untuk mengirim karya tulisnya gitu yang nanti dimuat di web kita jadi itu salah satunya dho. Jadi misalnya lagi ada isu tentang transfer gini dho atau isu isu negative tentang persib itu banyak sekali artikel yang masuk ke email dari bobotoh

Dalam hal ini Republikbobotoh menunjukkan bahwa sudah banyak individu yang berpartisipasi dalam menyampaikan opini dan gagasannya melalui platform yang disediakan oleh republikbobotoh. Republikbobotoh sendiri sudah menerima banyak tulisan dari bobotoh hingga ratusan tulisan dan hal ini menandakan bahwa antusiasme terhadap kultur mendukung persib melalui literasi ini sangatlah tinggi. Selain itu dijelaskan bahwa tulisan- tulisan yang masuk ke email republikbobotoh diseleksi terlebih dahulu satu persatu, tetapi hampir semua tulisan yang masuk selalu dimuat dilaman *website* republikbobotoh. Jika memang terdapat tulisan- tulisan yang kurang sempurna, republikbobotoh selalu membantunya dengan mengedit tulisan tersebut lalu dipublikasikan di laman *website* republikbobotoh. Tetapi republikbobotoh menegaskan bahwa tidak akan pernah mempublikasikan tulisan dari bobotoh yang mengandung SARA ataupun berpotensi dalam menimbulkan konflik- konflik dengan supporter lainnya

wah ratusan dho, literasi di bandung mah menurut saya sih bagus banget dho kaya yang waktu itu saya bilang Viking aja udah punya web dari tahun 2001 walaupun saat itu masih berbentuk forum bukan web media lebih ke komunitas gitu. Kalau nyeleksi tulisan- tulisan yang masuk itu saya sortir satu satu kok tapi saya sih saya muat semuanya tulisan yang masuk paling diedit-edit sedikit tapi kalau semisal artikel yang dikirim mengandung unsur sara kita sih engga kalau pun misalnya tulisannya sangat sangat sensitive dimana tau sendiri dunia supporter itu konfliknya horizontal gitu

Selain itu, Republikbobotoh juga menjelaskan bahwa republikbobotoh telah melakukan beberapa hal untuk membangun literasi di kalangan bobotoh tentang cara memprotes manajemen di setiap konflik yang sedang terjadi ditubuh Persib Bandung. Dari republikbobotoh sendiri mencoba untuk membangun literasi bobotoh dalam mengkritisi manajemen adalah dengan memberikan edukasi melalui tulisan- tulisan yang diproduksi. Dalam hal ini republikbobotoh menjelaskan dengan beberapa contoh kasus ketika adanya aksi *flare* distadion lalu *smokebomb* dan yang lainnya. Dalam hal ini republikbobotoh berusaha untuk mengedukasi supporter tentang bagaimana cara mengkritisi manajemen persib secara baik melalui literasi- literasi yang diciptakan oleh republikbobotoh.

bentuknya sudah pasti dalam tulisan kita kan selalu memberikan informasi seputar persib kan seputar bobotoh juga terus contoh kasusnya gini deh dho kalau misalkan ada kasus misalnya supporter gak akan jauh dari flare, smoke bomb kaya gitu kan ya, itu kan sudah pasti kita harus memberikan informasi yang edukatif kepada bobotoh secara gak langsung kita tuh kepanjangan dari persibnya juga untuk mengampanyekan apa yang disosialisasikan persib tentang larangan di stadion terus mendukung secara positif gitu. Maksudnya gini kita sudah pasti memberikan literasi- literasi informasi yang positif kepada bobotoh dho sebagai kepanjangan dari PSSI sebagai kepanjangan dari Persib agar mereka mendukung timnya secara positif gitu.

Dan tidak hanya sampai disitu, republikbobotoh pun menjelaskan bahwa dalam membangun literasi dalam mengkritisi manajemen yang paling efektif adalah dengan cara memberi contoh. Republikbobotoh sangat ingin supporter yang memberikan kritik terhadap Persib Bandung dapat memberikan solusi juga terhadap konflik yang sedang terjadi. Dengan kata lain ketika supporter tersebut memberikan suatu kritik kepada manajemen Persib, supporter tersebut juga dapat mencari jalan keluar atas permasalahan tersebut sehingga bisa menjadi referensi dalam penyelesaian konflik tersebut. Republikbobotoh juga menjelaskan dengan menggunakan contoh kasus sebelumnya terkait tidak adanya koordinasi antar manajemen dalam memberikan informasi seputar permainan kepada bobotoh. Didalam contoh kasus tersebut, republikbobotoh memberikan contoh kepada bobotoh dalam tulisan kritis tersebut. Didalam tulisan tersebut terdapat solusi- solusi yang disampaikan oleh republikbobotoh agar manajemen bisa memperbaiki kualitas koorporasi sebesar Persib Bandung

ya kalau tentang memprotes manajemen ya harus dikasih solusi juga dho semisal kemarin yang rame tentang digital media persib itu saya coba pancing ke bobotoh kalau semisal

mau kritik persib soal digital medianya lu harus kasih solusi juga coba buat tulisan yang bagus akhirnya sampe ada anak S2 yang nulis juga tentang bagaimana harusnya mengemas digital content Persib. kaya tadi ngebangun literasinya yang masalah kebanyakan juru bicara di Persib, setelah saya tulis banyak juga bobotoh yang nulis soal itu

Akan tetapi republikbobotoh menjelaskan bahwa sebenarnya tidak pernah ada ajakan kepada bobotoh untuk mendukung persib melalui proses literasi ini, tetapi terciptanya suatu literasi dari bobotoh ini dikarenakan antusiasme bobotoh sangat tinggi terhadap kultur mendukung Persib melalui literasi ini sehingga literasi- literasi yang ada selalu berdasar kepada keinginan bobotoh itu sendiri tanpa adanya ajakan dari republikbobotoh. Dan uniknya, banyak bobotoh yang mengirimkan tulisannya tidak hanya mengkritisi perihal Persib saja, banyak juga yang menulis tentang sejarah- sejarah Persib di masa lampau dan hal ini sangat diapresiasi oleh republikbobotoh itu sendiri

jadi yang tadi saya bilang dho kita tuh sebenarnya gak pernah mengajak ke mereka untuk mengirimkan karya ke mereka tapi mereka itu menulis dengan keinginan mereka sendiri jadi lebih ke situasional si dho dimana si persibnya sedang tidak baik baik saja mereka selalu ada yang ngirim email terus kaya semisal ngirim artikelnnya yang flashback- flashback sejarah mereka selalu mengirimkan tulisan itu jadi gak pernah kita yang meminta ayo nulis yok enggak gak seperti itu

Banyak sekali tantangan yang didapat oleh republikbobotoh dalam membangun literasi dikalangan supporter salah satunya adalah perkembangan teknologi. Akibat perkembangan teknologi yang begitu cepat, banyak supporter yang tidak siap dalam menyikapi hal tersebut sehingga banyak supporter yang sudah mengurangi mobilitasnya dalam membaca. Banyak supporter yang terpengaruh dengan hanya membaca suatu *headline* berita tanpa melihat secara keseluruhan isi dari tulisan- tulisan tersebut. Dan tentu hal ini akan berdampak buruk terhadap pola pemikiran yang tercipta dikalangan supporter dan sangat mudah untuk terprovokasi.

nah ini semakin social media ini berkembang banget, orang orang kan jadi semakin males untuk membaca disitu sih tantangannya gitu terus orang- orang itu semakin berlebihan dalam berkomentar di media social menurut saya kaya gitu disitu sih tantangannya terus ngeliat headline dikit terus caption dikit langsung berkomentar tanpa tahu isinya seperti apa, kan media media pasti clickbait gitu itu tantangannya sih

Republikbobotoh menjelaskan bahwa dengan proses literasi ini ternyata bisa berdampak terhadap keputusan dan kebijakan manajemen Persib Bandung. Ketika mengkritisi Persib dengan proses literasi, tentu menjadi suatu warna tersendiri bagi kultur supporter karena perkembangan teknologi yang begitu cepat. Republikbobotoh menjelaskan salah satu contoh kasus yang pernah dikritisi oleh republikbobotoh dan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku manajemen. Sekitar tahun 2020 republikbobotoh pernah mengkritisi manajemen Persib terkait transfer pemain. Pada saat itu banyak sekali isu yang berkembang dikalangan supporter terkait pemain yang akan masuk kedalam squad Persib Bandung. Dan isu- isu tersebut berkembang akibat *statement- statement* yang disampaikan oleh manajemen Persib Bandung. Akan tetapi sangat disayangkan ternyata respon setiap manajemen itu berbeda, terdapat salah satu manajemen Persib Bandung berbicara akan mendatangkan kembali makan konate untuk berlatih dibawah asuhan Roberts Rene Albert, lalu manajemen yang lain menyampaikan *statement* juga bahwa akan ada pemain asing lain yang akan bergabung dengan Persib Bandung. Dan hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada keselarasan antar manajemen dalam menyampaikan informasi kepada bobotoh karena *statement* yang disampaikan sangatlah berbeda. Dari adanya hal tersebut, republikbobotoh mencoba mengkritisi konflik tersebut karena menurut republikbobotoh seharusnya Persib secara korporasi memiliki Humas yang memang bisa menyampaikan suatu *statement* yang pasti. Jika memang hanya mengandalkan manajemen saja dalam menyampaikan sesuatu, seharusnya dari pihak manajemen pun menyatukan opini terlebih dahulu terkait materi yang akan disampaikan ke public agar tidak membuat bobotoh semakin bingung terkait isu transfer pemain.

oh iya ada dho misalnya yang terakhir aja kebijakan kalau misalnya di Persib itu banyak orang- orang yang bersuara ya kaya misalkan wa umuh ngomong pak terdy ngomong dan pejabat pejabat teras lainnya ngomong apalagi soal transfer pemain gitu ya kata si A gini kata si B gini kata si C gini pokoknya soal aktifitas jual beli pemain biasanya gak pas dalam memberikan statementnya dan itu pernah saya kritisi dho lewat tulisan dan akhirnya sekarang ridho bisa lihat sendiri kaya gimana sikap manajemen hehehe. Pas waktu itu pedes banget dho tulisan saya waktu itu karena memang itu yang bikin bobotoh bingung dho padahal secara korporasi itu seharusnya ada humas yang bagus loh ada public speaker yang bagus loh dan pas zaman itu saya kritik abis abisan tuh soal humasnya Persib.

2. Viking Frontline

Manajemen Pengelolaan Media

Dalam pelaksanaannya ternyata apa yang dilakukan oleh Viking Frontline selaras dengan apa yang dilakukan oleh Republikbobotoh dimana dalam melakukan fungsi manajemen dimana hanya untuk konten-konten tertentu sehingga bersifat *conditional*

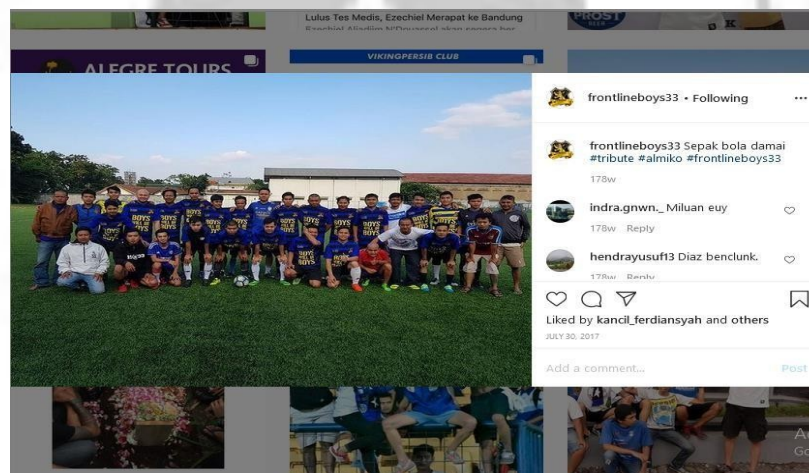
“nah ini yang tadi saya bilang, karena kerjaan saya banyak begitu mulai dari perencanaan ngedesign untuk konten dan lain-lain (perusahaan). Saya tuh sebisa mungkin tidak melakukan itu di frontline, itu ya jadi memang ada materi apa ya kita post, ada materi apa ya namanya twitter kan gitu, cuitan kan ya gitu kadang asal aja gitu, eh kita mah gak mau kaku banget sama plan yang gitu-gitu malah bisa dibilang cuma ya ada yang plan kaya podcast kita pasti ada plan kalau podcast, Instagram malah jarang update” (Angky- Pengelola media Viking Frontline)

Akan tetapi dalam hal konten yang dibuat tentunya berbeda dengan Republikbobotoh dimana Viking Frontline ini tidak terlalu terpacu dengan tahapan-tahapan tersebut, karena konteks Republikbobotoh dengan Viking Frontline itu berbeda.

Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh Republikbobotoh, didalam memanfaatkan sumber daya yang ada. dimana Viking Frontline memiliki beberapa kegiatan internal yang secara tidak langsung dapat mempromosikan media-media yang dimiliki oleh Viking Frontline seperti Instagram dan Juga Twitter. Beberapa kegiatan internal yang dilakukan oleh Viking Frontline diantaranya adalah kajian Islamiah dan main bola bersama. Tentunya kegiatan-kegiatan ini memiliki urgensi tersendiri selain bisa mempromosikan media yang dimiliki oleh Viking Frontline. Untuk Urgensi kajian Islamiyah sendiri tentu untuk tetap menambah ilmu bagi setiap anggota yang muslim dan bermnafaat untuk kegiatan sehari-harinya. Sedangkan untuk urgensi bermain bola selain untuk *refreshing* tentu bisa mempererat tali silaturahmi antar anggota.:*“jadi biasanya anak-anak ya banyak acara aja sih banyak acara main bola yang gitu-gitu”* (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)



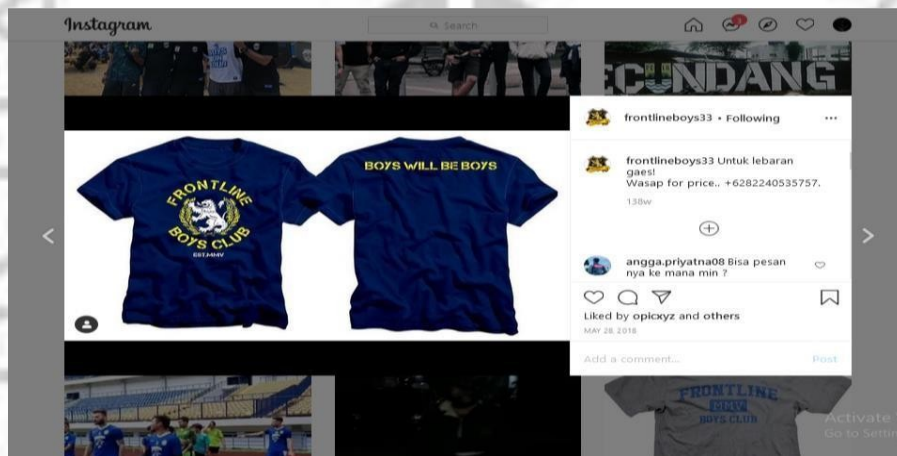
Gambar 3.8 Kajian Islam yang diselenggarakan oleh Viking Frontline



Gambar 3.9 Main bola bersama yang diselenggarakan oleh Viking Frontline

Tentu dengan adanya kegiatan kegiatan ini secara tidak langsung bisa mempromosikan media media yang dimiliki oleh Viking Frontline kepada bobotoh. Terbukti dengan jumlah *like* yang cukup banyak dari postingan instagram Viking Frontline dimana untuk kegiatan kajian Islamiyah memiliki *like* kurang lebih sekitar 1000 *like*. Sedangkan untuk Postingan bermain bola memiliki jumlah *like* kurang lebih sekitar 950 *like*. Dengan adanya jumlah *like* tersebut terbukti bahwa kegiatan ini memberikan dampak baik bagi media yang dimiliki oleh Viking Frontline salah satunya adalah *engagement* meningkat dan bisa mempromosikan media yang dimiliki oleh Viking Frontline. Selain itu kegiatan ini pun tentu memberikan manfaat tersendiri untuk anggota Viking Frontline dimana kegiatan ini bisa mempererat tali silaturahmi dan hubungan yang lebih erat antar anggota.

Didalam aspek materi ini, pembiayaan Viking Frontline berasal dari usaha yang dirintis dan dikelola oleh Viking Frontline yaitu dengan menjual *merchandise*. Dan *merchandise-merchandise* tersebut dijual melalui laman media social milik komunitas. Selain menjual *merchandise*, Viking Frontline juga memanfaatkan biaya pendaftaran anggota untuk menambah keuangan di komunitas : “dari jualan cuman dari jualan (*merchandise*) dan pendaftaran” (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)



Gambar 3.10 *Merchandise* yang diperjual belikan oleh Viking Frontline untuk menambah keuangan komunitas

Dan setelah media social milik Viking Frontline dicoba untuk ditelusuri, peneliti menemukan hal menarik terkait *merchandise* yang pada awalnya diperjual belikan untuk umum. Ternyata produksi *merchandise* yang dilakukan oleh Viking Frontline ini tidak semata mata untuk memenuhi keuangan komunitas saja, terlihat dari *caption* beberapa unggahan *Instagram* milik Viking Frontline, terkadang *merchandise* ini diperjual belikan untuk membantu musibah musibah yang sedang terjadi dikalangan masyarakat. Dan Viking Frontline juga berpartisipasi dalam meringankan masyarakat yang terdampak akibat kehadiran covid-19 ini sehingga penjualan *merchandise* ini memberikan manfaat kepada masyarakat yang terdampak covid 19.



Gambar 3.11 *Merchandise* yang diperjual belikan oleh Viking Frontline untuk membantu masyarakat yang sedang terkena musibah

Dan hal menarik lainnya yang peneliti temukan melalui media social *Instagramnya* adalah terkadang *merchandise* yang telah diproduksi oleh Viking Frontline ini tidak hanya diperjual belikan saja. Untuk tetap menjalin komunikasi dengan *followers*, Viking Frontline membuat suatu konsep menarik yaitu *give away* kaos kepada para pengikutnya. Terlihat dari *caption* yang dijelaskan melalui *Instagramnya* menunjukkan bahwa *Viking Frontline* melakukan konsep *Give away* kepada *fopllowersnya*. Tentunya hal ini dilakukan dengan ketentuan- ketentuan yang berlaku agar tetap bisa menjalin komunikasi yang aktif dengan pengikutnya. Hal ini sesuai dengan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *give away* ini secara tidak langsung dapat mempromosikan media milik Viking Frontline itu sendiri.



Gambar 3.12 *Give away* untuk *followers* berupa *merchandise* yang telah diproduksi oleh Viking Frontline dengan mengikuti ketentuan ketentuan yang berlaku

Perencanaan

Didalam tahapan perencanaan sendiri Viking Frontline mengatakan bahwa untuk pembuatan ide konten seringkali berpacu kepada masalah yang sedang ada dan setelah itu dirundingkan dengan pengurus Viking frontline sehingga konten tersebut tercipta melalui interaksi satu dengan yang lainnya.

“biasanya gini saya sama tobi yang masalah serius kaya yang bandung darurat sepakbola terus kaya waktu itu kita demo waktu itu tahun 2017 gitu kan itu kaya gitu direncanakan dan biasanya saya sama tobi yang awalnya ngobrol gitu bisa kadang dari saya kadang dari tobi gitu kan jadi jadi memang ide tercipta dari obrolan gini ya karena saya sama tobi udah kenal dari smp jadi tau gimana mau gerakanya, jadi ketika ada sesuatu yang salah teh tergantung siapa duluan yang ngontek saya atau tobi, pasti kaya gitu ieu kumaha ieu kumaha, ketika ada sesuatu yang gawat pasti ieu kumaha langsung” (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Perihal keberpihakan komunitas yang dilakukan oleh Viking Frontline, dijelaskan bahwa komunitas ini tidak berpihak kepada siapapun dan tidak ingin ada kepentingan didalamnya. Yang menjadi focus dari Viking Fronline sendiri adalah hal yang terjadi pada saat kejadian saat itu. Ketika Persib mengeluarkan sebuah kebijakan yang menurutnya baik, maka Viking Frontline akan mendukung sebaik mungkin terhadap kebijakan tersebut, akan tetapi jika kebijakan yang dilakukan Persib Bandung sekiranya merugikan supporter maka Viking Frontline akan menyampaikan kritik dengan caranya sendiri.

“kita ini Alhamdulillah kalau berbicara keberpihakan kadang kadang banyak yang mengira gitu ya kalau kita mah saya kerja tobi kerja terus kita punya dagangan juga gitu yang memang gak harus diapa apain dan kita melakukan apapun tanpa kepentingan jadi saya mau ngomong apa aja terserah, karena kita gak ada kepentingan jadi ketika ada kebijakan yang dari persib kita mah dukung kaya kemarin tiket online kita mah dukung terus tapi ketika ada yang ngaco mengenai persib kita bisa paling depan untuk ngomong di depan gitu kan”. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Dalam menanggapi sebuah kesalahan yang terjadi ketika memproduksi sebuah konten, Viking Frontline sendiri menganggap bahwa ketika terdapat kesalahan dalam *planning*, itu merupakan bagian dari resiko yang harus diterima oleh media dan dari Viking Frontline sendiri tidak pernah memperlmasalahkan hal tersebut. Dan ketika terdapat suatu kesalahan yang cukup fatal, dari pengelola medianya sendiri mengatakan siap untuk menerima resiko tersebut.

“salah itu ya bagian dari resiko sebenarnya mah, saya mah gak pernah berani buat hapus tweet kalau ada salah apa salah apa, ya kalau ada salah ya cuek aja gitu, ketika kita salah saya berani pasang badan” (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Pengorganisasian

Berbeda halnya dengan apa yang dilakukan oleh Republikbobotoh di dalam memanfaatkan fungsi manajemen ini, dimana terdapat alur dan bidang kerja ketika membuat sebuah konten di berbagai platform. Sedangkan untuk Viking Frontline sendiri tentu tidak memerlukan bidang kerja yang cukup banyak dalam membuat suatu konten, hanya dari pengelola medianya saja dan dalam pelaksanaannya sendiri, untuk media secara keseluruhan dipegang oleh dua orang dan tidak ada pembagian kerja atau struktur lagi didalam bidang kerja pengelola media komunitas ini : *“jadi gini, di twitter tuh ada saya sama tonai gitu, udah gak ada lagi, jadi ketika ada posting foto diantara kita berdua aja dan gak ada struktural lagi didalamnya”* (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Pelaksanaan

Untuk prosesnya sendiri Viking Frontline merasa dalam setiap pembuatan konten tidak ada kesulitan atau kendala yang bisa menghambat produksi konten. Dan karena hal tersebut pertumbuhan media social Viking Frontline ini termasuk yang cepat dimana pada awalnya hanya memiliki *Followers* sebanyak 1000 dan sekarang sudah mencapai angka 80.000 lebih.

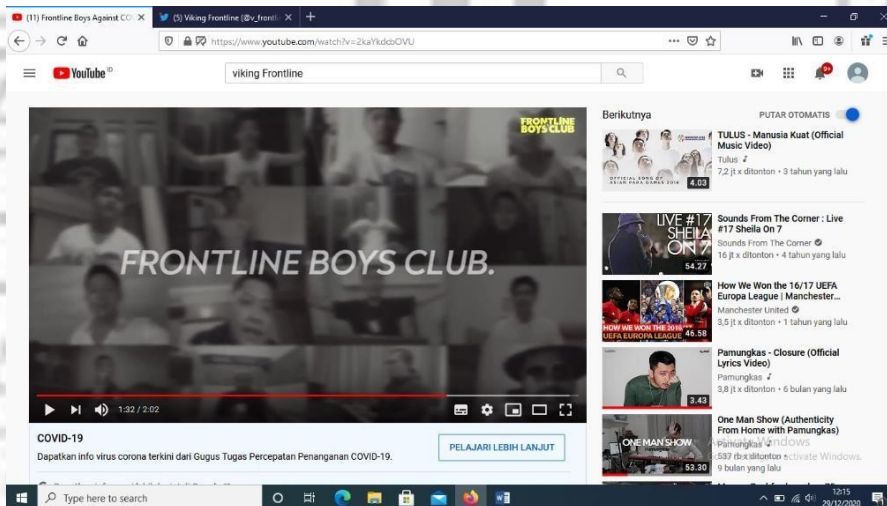
“gak ada ya Alhamdulillah karena saya juga gak tau awalnya kaya gimana bisa sampe growth lumayan cepet gitu untuk basis supporter yang anggotanya kurang lebih cuman 1000 tapi followersnya mencapai 80.000 sekian, Alhamdulillah gak pernah ada kesulitan apa apa ya.



Gambar 3.13 Jumlah followers di media social (twitter) milik Viking Frontline

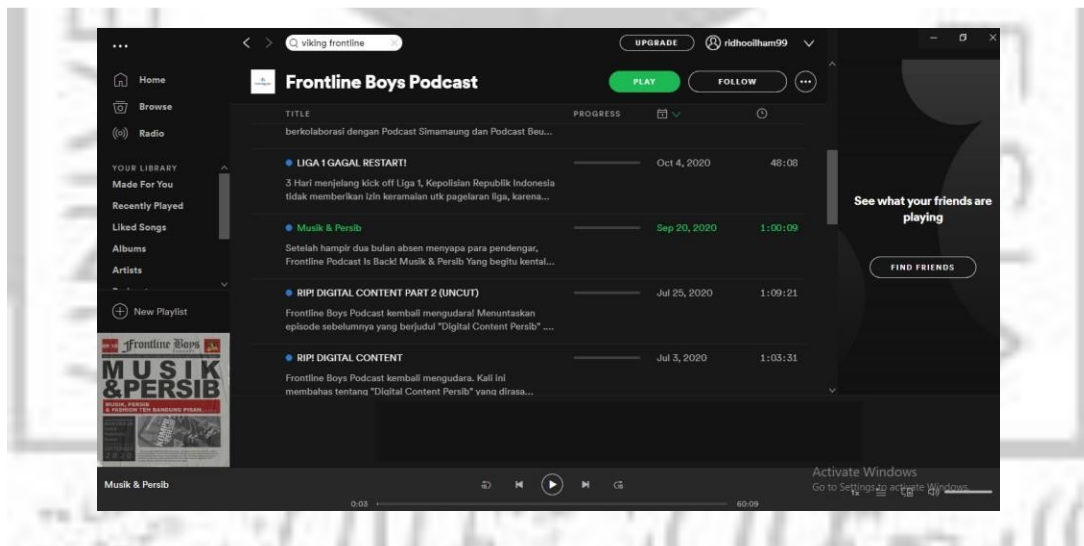
Akan tetapi beliau menyebutkan bahwa semenjak kehadiran covid-19 ini sedikit menjadi masalah dalam pembuatan konten karena tidak ada agenda sepakbola yang sekiranya bisa dijadikan konten dan perlu usaha lebih untuk mencari alternatif lain agar bisa menjadi konten komunitas. Dalam hal ini Viking Frontline mencoba mencari solusi atas permasalahan yang dihadirkan oleh covid-19 ini yaitu dengan membuat konten youtube yang memberikan semangat kepada khalayak untuk tetap kuat dimasa- masa pandemi seperti ini.

“cuman kemarin pas awal awal corona nih kan, kita sempet pusing kan bahas apa nih ya bahas apa paling ya kaya gitu gitu aja kaya kehabisan ide, tapi untung pas corona kemarin kita sempet bikin video di youtube kan konten youtube itu yang nyanyi lagu tulus” (Angky-Pengelola Media Viking Frontline)



Gambar 3.14 konten yang dibuat saat pandemi covid-19.

Tidak hanya itu, Viking Frontline juga terbilang aktif selama pandemi di beberapa platform lainnya salah satunya adalah *Spotify*. Didalam platform *Spotify* ini Viking Frontline mencoba untuk memberikan opini dan pandangannya terhadap tema apapun yang berkaitan dengan Persib. Tema yang dibahas didalam platform ini tidak selalu bertemakan sepakbola, terdapat salah satu pembahasan yang menarik yang sedikit melebar dari konteks sepakbola yaitu pembicaraan mengenai Musik dan Persib. Didalam *podcast* tersebut diceritakan bagaimana music ini berkolerasi dengan sepakbola salah satunya itu dengan Persib. Beberapa band nasional seperti PAS Band, Kuburan Band, Moca dan yang lainnya sempat membuat dan mendistribusikan lagu yang memang berkaitan dengan Persib Bandung baik secara spesifik ataupun general. Selain itu *culture* music dan sepakbola di Bandung ini terbilang cukup kental bahkan sempat disebutkan didalam *podcast* tersebut bahwa Bandung itu diibaratkan seperti London yang memang masyarakatnya sangat identic dengan sepakbola, music dan juga fashion. Adanya kolerasi antara music dan sepakbola di Bandung dibuktikan dengan adanya kompilasi lagu yang dibuat oleh supporter Persib Bandung yaitu Viking. Adanya keterikatan antara music dan Persib memberikan suatu warna baru dalam *culture* mendukung persib dan menjadi suatu identic tersendiri bagi supporter Persib Bandung.



Gambar 3.15 (Spotify Viking Frontline, Diambil pada 16 Maret 2020)

Terdapat suatu konsep menarik yang diterapkan oleh Viking Frontline dalam *memanage* media social dengan komunitas. Frontline sendiri mengatakan untuk mengimbangi kegiatan media social dengan kegiatan komunitas. Terdapat satu konsep menarik yang diterapkan oleh Viking Frontline untuk untuk tercapainya tujuan komuitas dengan konten yang dibuat yaitu dengan

menerapkan *O to O* Online to Offline dan Offline to Online dimana kedua hal tersebut harus saling berkesinambungan. Ketika ada satu *movement* yang akan dilakukan tentu *O to O* sebisa mungkin harus diterapkan dengan baik agar ketika *movement* tersebut terjadi bisa dilakukan secara maksimal. Dan beliau pun mengatakan bahwa perihal *online* biarkanlah pengelola saja yang menangani hal tersebut dan beliau percayakan kegiatan *offline* kepada seluruh anggota dari Viking Frontline.

“yang pengen saya tekankan ke anak anak nih ya jadi O to O nya harus jalan Online to Offline, Offline to Online gitu kan ya jadi online urusan gua lah buat offline sok maneh barudak gitu, jadi ketika ada movement offline jadi ya ini teh lain ngomong hungkul”
(Angky- Pengelola Media Viking Fronline)

Pengawasan

Didalam tahapan pengawasan yang dilakukan oleh Viking Frontline, komunitas ini seringkali melakukan evaluasi dengan sesama rekan kerja. Di beberapa media yang diproduksi seperti podcast, Viking Frontline melakukan tahapan evaluasi tersebut karena menurutnya hal tersebut sangat penting untuk dilakukan. Ketika terdapat permasalahan- permasalahan di podcast sebelumnya, evaluasi memberikan suatu alternatif agar bisa memperbaiki kekurangan- kekurangan tersebut. Dalam hal ini Viking Frontline mencontohkan dengan tema yang akan dibahas dalam podcast, semisal di edisi sebelumnya tema tersebut tidak terlalu disukai oleh pendengaran, Viking frontline akan melakukan evaluasi dan mencari tema yang sekiranya banyak disukai oleh supporter. Akan tetapi untuk produksi media lainnya seperti twitter dan Instagram, Viking Frontline jarang untuk melakukan evaluasi karena menurutnya produksi di Instagram dan Twitter sangatlah cepat.

kalau podcast iya, tapi kalau twitter sama Instagram engga kan di Instagram kita udah jarang aktif juga cuman buat story- story aja, terus di twitter kita mah cuek- cuek aja, nah tapi kalau di podcast iya evaluasi untuk materi berikutnya apa nih misalkan bahasan yang terlalu serius kurang suka nih oh ternyata serunya tuh pas ada si ini nih yang kaya gitu- gitu lah karena kan kalau podcast kita ada effort lah hehehe kaya alat waktu tapi kan kalau nge tweet mah kurang dari satu menit bisa jadi perkara kan hehehe jadi kalau untuk podcast kita ada evaluasinya gitu gitu lah hehehe. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan

Didalam hal ini salah satu fungsi dari media komunitas adalah menyuarakan hak-hak dan kepentingan supporter, media yang dimiliki Viking Frontline ini sangat mendukung seluruh hak-hak yang ingin disampaikan oleh supporter bahkan bisa dikatakan bahwa media Viking Frontline ini bisa menjadi *game changer* untuk mengangkat suatu isu. Tidak sedikit media Frontline ini berperan aktif terhadap beberapa isu yang memang sensitif terkait Persib Bandung salah satunya adalah perekrutan pemain. Tidak dapat dipungkiri bahwa perekrutan pemain ini ikut berperan didalamnya. Didalam isu perekrutan pemain ini, media Frontline beberapa kali bisa menjadi *game changer* dalam menyuarakan hak-hak yang dimiliki supporter seperti didepaknya radovic, lopicic, inkyun dan yang lainnya. Dengan kekuatan media yang dimiliki Viking Frontline ini memberikan suatu alternatif bagi supporter untuk menyuarakan hak-hak yang dimilikinya. Selain isu tersebut, terdapat beberapa isu lain yang media Frontline berperan didalamnya salah satunya adalah tiket online. Viking Frontline menjelaskan bahwa sebenarnya Frontline ini tidak ingin memiliki kepentingan yang didalamnya, Frontline selalu berpihak terhadap apa yang dianggap benar sehingga berfokus terhadap dampak dari isu tersebut

ya kan gini ya legeg nya mah si Frontline itu dianggap salah satu game changer ya apa namanya ya beda tipis lah sama profokator gitu yah hehehe gitu jadi ada beberapa temen-temen yang memang aktif di twitter bilang kalau nasib pemain nasib pelatih itu bisa ditentukan sama Frontline juga nah kalau mengenai hak-hak supporter ya kalau kita itu hak supporter itu diantaranya semisal tiket online lah kan banyak pisan ya hak hak supporter mah hehehe saya kan yang setuju banget sama kebijakan itu sebetulnya tapi diawal kita coba dulu masalah tiket online oke kita setuju kita ngomong dan ngasih statement (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Akan tetapi didalam isu tiket online ini ternyata tidak sepenuhnya berdampak baik bagi supporter, banyak supporter yang merasa dipersulit dengan adanya kebijakan ini. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa Viking Frontline ini setuju atas kebijakan tersebut, setelah adanya beberapa pertimbangan akhirnya Viking Frontline mengkaji ulang kebijakan tersebut dan membantu secara utuh supporter agar dipermudah dalam memesan tiket. Dan ternyata saat ini di beberapa distrik sudah diberikan tiket offline yang secara langsung di koordinir oleh pengurus distrik. Dan peran media dalam menyuarakan kepentingan supporter sangatlah berpengaruh menurutnya terlebih media-media yang dimiliki Viking frontline ini mudah diakses oleh masyarakat seperti Instagram, Twitter dan juga Podcast

Tapi ternyata diperjalanan tiket online ini tidak terlalu cocok dengan kultur di Bandung gak 100% cocok gitu kan. Nah bukannya kita itu menjilat ludah sendiri setelah berbagai evaluasi dan lain lain ternyata gak semua mampu untuk bisa transaksi melalui tiket online itu nah alhamdulillahnya sekarang itu distrik-distrik udah kebagian yang manualnya, kita juga udah bisa ngasih masukan ke manajemennya, karena waktu itu pas masalah tiket online Pa Glen itu nanyain saya soal tiket online karena waktu itu saya setuju kan dan saya bilang bagus waktu itu karena persib harus punya pemasukan kan secara tim professional. Jadi kita dukung selama itu menghasilkan tapi ternyata pas tidak berjalan dengan baik kita coba bantu lagi, maksudnya kan kita mah balik lagi gak ada kepentingan ya gitu jadi mendingan kita mau ngomong apa aja bebas jadi kita mau menyuarkan hak-hak atau kepentingan supporter itu gak kagok gitu dan peran media yang kita punya Instagram, twitter dan juga podcast itu bisa berpengaruh, ya itu legegnya mah kita berani nyebut teh salah satu game changer nya lah. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Viking Frontline mencoba untuk merepresentasikan identitas komunitas melalui media komunitas dengan cara menempatkan Viking frontline seekklusif mungkin. Dalam hal Viking Frontline mencoba untuk menempatkan komunitas di suatu posisi yang telah direncanakan oleh pengurus. Salah satu yang menjadi ciri khas dari Viking Frontline adalah bentuk logo yang berbeda dari komunitas- komunitas lain. Hal ini dilakukan agar konteks eksklusifitas dapat tercapai oleh komunitas dan memberikan suatu perbedaan dengan komunitas- komunitas yang lain.

nah ini ya, waktu saya ngebentuk image si Frontlinenya itu seperti apa gitu kan ya yang memang sebenarnya itu gak ada strategi yang gimana- gimana tapi saya itu mencoba menempatkan Frontline itu di posisi A misalnya gitu jadi pokoknya Frontline didieu nya jadi kaya misalnya saya mau ngeluarin brand gitu terus target marketnya untuk kelas A B C nah tapi kalau dalam pembuatan konten tuh saya punya standard dan saya mencoba untuk membuat si Frontline ini seekklusif mungkin dari mulai logo, terus spanduknya jadi ya intinya mah keliatan bedanya saya gak mau sama kaya yang lain, touch nya juga beda. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

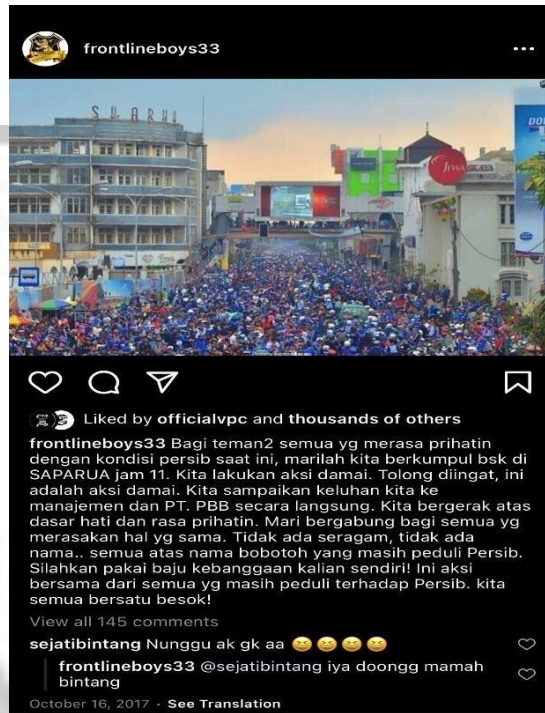
Salah satu peran media komunitas dalam menyuarkan kepentingan supporter adalah berdampaknya media terhadap *movement* yang dilakukan supporter dan dalam hal ini pernyataan pengelola media social Viking Frontline ternyata selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Republikbobotoh. Viking Frontline sendiri merasa bahwa kehadiran media ini memberikan pengaruh terhadap *movement movement* yang dilakukan oleh supporter. bahkan beliau menyebutkan bahwa pada tahun 2017 hanya dengan menggunakan handphone bisa

mengumpulkan massa sebanyak 3.000 orang di depan Graha Persib Jl.Sulanjana untuk melakukan *movement*

“kalau saya sih merasa lumayan berpengaruh yah kaya waktu zaman di sulanjana tahun 2017 dari handphone saya bisa ngumpulin sekitar 3.000 orang yang zamannya essien yang golden era itu itu kan semuanya dari twitter ngumpulin orang sebanyak itu” (Angky-Pengelola Media Viking Frontline)

Dalam mengumpulkan massa yang begitu banyak dalam melakukan sebuah *movement*, Viking Frontline sendiri merasa bahwa konten yang dibuat untuk pergerakan tersebut adalah dengan membuat konten ringan seperti ajakan kepada supporter karena Frontline sendiri memiliki komitmen bahwa dengan media ini bisa menjadi jalan untuk melakukan perubahan dan pembenahan terhadap persib bandung. Iya juga menambahkan bahwa kritik yang sering disampaikan oleh frontline kepada persib adalah bentuk kepedulian frontline agar prestasi persib semakin membaik

“yang ringan gitu ya yang ringan tapi da kita mah gak pernah bahas yang berat berat kok jadi ketika mau ngajak gitu yaudah dan Alhamdulillah banyak benernya ya banyak yang ngasih tahu. Saya teh gak mau persib itu jadi bahan bulian supporter lain gitu ya kan banyak yang ngomong frontline teh jiga nu geuleuh ka persib karena ya kita mah gak nganggap persib siapa siapa itu teh keluaraga kita gitu jadi akan lebih enak dimarahin ibu sendiri dibanding dengan orang lain gitu, urang tuh gak mau maneh tuh ngerakeun” (Angky-Pengelola Media Viking Frontline)



Gambar 3.16 Konten ajakan untuk melakukan aksi damai terhadap persib bandung melalui laman Instagram Viking Frontline



Gambar 3.17 Konten ajakan untuk melakukan movement di tribun stadion melalui laman Twitter Viking Frontline

Selama menyuarakan kepentingan supporter melalui media, banyak tantangan- tantangan yang harus dilalui oleh Viking Frontline dan menurutnya ini adalah salah satu resiko yang harus diterima karena pengelola media dari Viking Frontline sendiri sangat lantang dalam menanggapi isu- isu yang ada di Persib. Beberapa tantangan yang seringkali menimpa Viking Frontline adalah respon- respon di media sosial yang terbilang kaku dan tidak terima atas *statement* yang disampaikan melalui media sosial milik Viking Frontline. Selain itu perihal masalah tiket online tadi karena pada awalnya Viking Frontline ini mendukung kebijakan tersebut dan karena melihat situasi akhirnya Viking Frontline menunjukkan sikap yang baik untuk meringankan beban supporter, akan tetapi karena adanya perubahan *statement* tersebut tidak sedikit orang yang memperlumahkan kembali hal tersebut. Dan tantangan terbesar yang harus diterima Viking Frontline adalah ketika terdapat tuduhan bahwa Viking Frontline menerima suap sebesar 10 Juta untuk menggulingkan Mario Gomez dari kursi kepelatihan Persib pada tahun 2018. Pada saat itu, Viking Frontline termasuk yang lantang dalam mengkritik kepelatihan Mario Gomez sehingga banyak yang mengira bahwa Viking Frontline ini menerima suap sebesar 10 juta untuk memperburuk citra Mario Gomez di media social. Dalam menanggapi permasalahan ini, solusi yang dilakukan oleh Viking Frontline adalah membuktikan dengan data dan menunjukkan bahwa Viking Frontline sama sekali tidak menerima uang dari pihak tertentu untuk menggulingkan Mario Gomez. Dan untuk permasalahan yang lainnya, salah satu yang dilakukan oleh Viking Frontline adalah bersikap cuek dan tidak menanggapi hal yang sekiranya memberikan dampak buruk terhadap komunitas.

jadi kalau misalkan masalah tuh banyak ya, jadi gini satu kita kan suka seenaknya ngomong hehehe kadang kadang ada aja yang gak suka ya terus misalkan kaya tadi yang masalah tiket online, diawal kita setuju tapi diberikutnya kita minta evaluasi, nah itu kan sebenarnya bukan gak konsisten tapi sebetulnya lebih ke apa namanya lebih ke liat situasi kan ya kadang kadang suka ada yang digital memang kejam gitu gitu hehehe tapi gak diladenin kalau yang kaya gitu jadi ya apapaun bisa terjadi gitu terus banyak juga respon- respon kaku orang- orang terus ketika kita suatu hari kita pernah ada keberpihakan sama manajemen karena ya menurut kita bener gak ada masalah juga kita kan yang jaman Mario Gomez gitu kan kan kita salah satu yang kenceng bilang bahwa Mario Gomez itu gak bener gitu kan sampe ada isu waktu itu kita dibayar 10 juta nih Viking Frontline terus ama saya dibalikin aja, siapa yang ngasih 10 juta ? kasih tau aja nanti dibalikin uangnya. Nah yang kaya gitu ya sebenarnya kita tuh gak ada kepentingan tapi ya tadi kita tuh ketika ada suatu keberpihakan ya kita mah ke yang bener gitu terus ya muncul opini wah si Frontline geus di beuli euy gini gini gini ya udah gak ada masalah Viking Frontline mah. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Didalam menyeimbangi informasi dengan official media Persib Bandung yang cenderung hanya memberikan informasi positif, Media Viking Frontline selalu memberikan informasi sesuai data dan fakta di media social komunitas tentang baik buruknya Persib Bandung. Menurutnya dengan adanya data yang dimiliki dapat menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh Viking Fronline terbilang akurat dan berdasar sehingga informasi baik buruknya Persib bisa dikonsumsi oleh *followers*. Selain itu disampaikan juga bahwa Viking Frontline ini bukan komunitas titipan ataupun komunitas yang dibayar oleh manajemen, sehingga Viking Frontline memiliki hak untuk berbicara apapun di media social terkait baik buruknya Persib Bandung

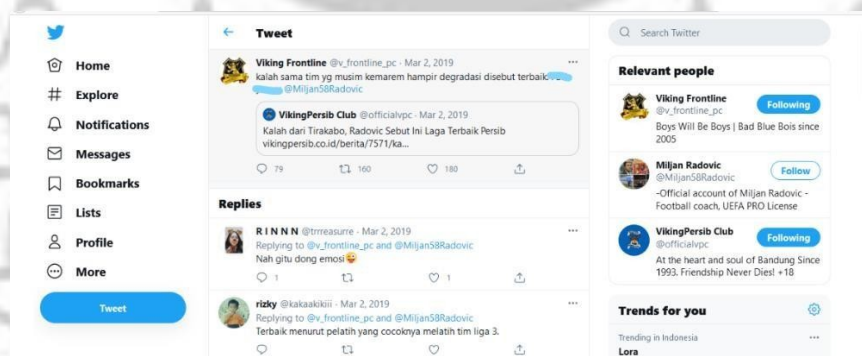
Ya sebenarnya mah gini, selama kita punya data ya, selama kita gak asbun kan kita mah gak pernah ada kepentingan juga kan, kita gak pernah punya utang hehehe, semisal persib lagi jelek terus aduh urang rek ngomong ieu tapi teu ngeunah euy soalnya urang dibere duit ku pak tedy dibere duit ku pak umuh kan gak mungkin atuh gitu hehehe jadi ya kita gak punya utang sama siapapun jadi bebas weh ngomong hehehe. Intinya mah gitu biar gak asbun kita harus punya data juga lah tentang persib. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan pengaruh media sebagai alternatif individu dalam menyampaikan gagasan, kritik dan opini. Peneliti menemukan beberapa isu atau konflik yang sedang terjadi di Internal Persib Bandung melalui laman media social milik Viking Frontline salah satunya adalah ketika radovic dinilai kurang memuaskan dalam mengisi kursi kepelatihan Persib Bandung. Banyak sekali kontroversi yang dilakukan oleh pelatih dan mantan pemain Persib tersebut sehingga menimbulkan reaksi dari bobotoh salah satunya adalah Viking Frontline. Berikut adalah temuan yang peneliti temukan dilaman media social milik Viking Frontline



Gambar 3.18 Viking Frontline membuat tagar #radovicout di twitter.

Tagar ini dimunculkan agar bisa membangun opini supporter bahwa radovic harus dikeluarkan dari kursi kepelatihan Persib Bandung. Selain itu dengan adanya tagar tersebut memberikan *pressure* lebih kepada manajemen karena semakin banyak pengguna media sosial yang memberikan tagar tersebut, semakin mudah untuk membuat isu tersebut viral di media social. Terlihat dari gambar diatas bahwa banyak sekali pengguna media social lainnya yang *meretweet* tagar tersebut hingga berjumlah 599 orang. Tentu dengan jumlah tersebut dapat dibuktikan bahwa banyak sekali pengguna media social yang tidak puas atas kinerja dari radovic dan berharap radovic tidak lagi menduduki kursi kepelatihan Persib Bandung. Dan dalam prosesnya, ketika isu tersebut sudah mulai dikenal masyarakat secara luas tentu ini menjadi *pressure* tersendiri bagi manajemen agar mempertimbangkan kritik- kritik yang disampaikan oleh manajemen.



Gambar 3.19 Viking Frontline memberikan kritik terhadap statement yang disampaikan oleh Radovic

Dari gambar 3.18 tersebut dapat diketahui bahwa Viking Frontline menyayangkan *statement* yang disampaikan oleh Radovic setelah pertandingan melawan PS Tira Persikabo. Pada saat pertandingan tersebut, Persib Bandung kalah dari PS Tira Persikabo dan Radovic selaku pelatih dari Persib Bandung menyampaikan *statement* bahwa pertandingan tersebut merupakan pertandingan terbaik Persib selama Pra musim. Sontak pernyataan tersebut menimbulkan berbagai macam komentar dan kritik dari bobotoh salah satunya adalah Viking Frontline yang membuat cuitan kecewa karena *statement* Radovic dinilai tidak tepat karena PS Tira Persikabo merupakan tim yang hampir terkena degradasi di musim sebelumnya. Setelah Viking Frontline membuat cuitan tersebut, banyak respon yang ditunjukkan oleh pengguna media social yang lainnya seperti pada gambar diatas. Terlihat bahwa banyak yang kecewa atas pernyataan yang dikatakan oleh

radovic tersebut seperti akun @kakaakikii yang membelas cuitan tersebut dengan kalimat “*terbaik menurut pelatih yang cocoknya melatih di tim liga 3*”. Selain itu terlihat dilaman media sosialnya, sebanyak 160 pengguna media social *meretweet* cuitan tersebut dengan kata lain setuju atas *statement* yang disampaikan oleh Viking Frontline. Dengan adanya cuitan dari Viking Frontline yang memiliki jumlah *followers* 83.000, tentu memberikan dampak tersendiri bagi isu tersebut dimana Viking Frontline dapat membangun suatu opini yang berdampak terhadap keputusan-keputusan manajemen.

Selain konflik tersebut, terdapat beberapa konflik lainnya yang sempat ramai diperbincangkan di media social salah satunya adalah munculnya tagar #unsubscribepersib. Tagar ini muncul di media social karena kekecewaan bobotoh terhadap pengelola media dari official media Persib Bandung. Konflik ini bermula ketika akan dilangsungkan sebuah pertandingan pra musim antara Persib Bandung dengan Barito Putera. Pertandingan tersebut tidak disiarkan secara langsung oleh tv nasional sehingga bobotoh berharap pertandingan tersebut bisa disiarkan melalui platform youtube agar suporter bisa melihat pertandingan tersebut. Sebenarnya sebelum melawan Barito Putera ini, Persib Bandung sempat melawan beberap tim lainnya dan disiarkan secara langsung di platform youtube milik Persib Bandung, akan tetapi saat melawan Barito Putera ini terdapat hal kontroversi yang diciptakan oleh pengelola media dari official media Persib. Berikut adalah cuitan yang ditulis oleh official media Persib Bandung



Gambar 3.20 statement kontroversi dari official media Persib Bandung

Dengan adanya statement yang disampaikan oleh official media Persib Bandung, tentu menimbulkan komentar negative dari bobotoh sehingga muncul tagar #unsubscribepersib. Terlihat bahwa apa yang dilakukan oleh official media persib ini sangat tidak tepat untuk dilakukan karena

Persib merupakan salah satu tim besar di Indonesia yang memiliki reputasi baik. Secara tidak langsung dengan adanya pernyataan tersebut membuat persib kehilangan kelasnya dan menimbulkan stigma stigma memalukan dari seluruh pengguna media social. Oleh karenanya bobotoh melakukan suatu *movement* di media social yaitu dengan membuat tagar #unsubscribepersib dan tagar tersebut menjadi *tranding* di twitter. Viking Frontline adalah salah satu komunitas yang memberikan kritik atas pernyataan yang disampaikan oleh official media Persib Bandung ini, menurut pengelola media Viking Frontline kejadian tersebut menjadi suatu hal yang sangat memalukan bagi Persib bandung. Persib Bandung merupakan tim dengan followers dan subscriber terbanyak di Indonesia tapi dengan adanya *gimmick* yang dilakukan oleh official media persib tentu menjadi suatu hal yang sangat memalukan

oh iya atuh, pasti itu mah sebenarnya itu gara gara media sebesar persib yang punya value maknanya ketika lu melakukan hal norak kaya gitu, gak pantes aja gitu jadi kita merasa maneh teh persib tapi kok ngemis sih. Padahal sebenarnya kita tahu kualitas siaran youtube persib tuh bagus sama kaya tv nasional gitu tapi gimmicknya itu terlalu murahan gak pantes gitu untuk persib. Yang kadang saya kesel tuh Persib terlalu ada di zona nyaman, gua punya 3 juta followers di twitter, gua punya 900 rb subscriber youtube gitu kan tapi pengelolaan lu gak baik, nah kita berbicara kuantitas tapi tanpa kualitas percuma gitu kan, jadi kit amah cuek aja ketika jadi bahan ketawaan masyarakat umum. . (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

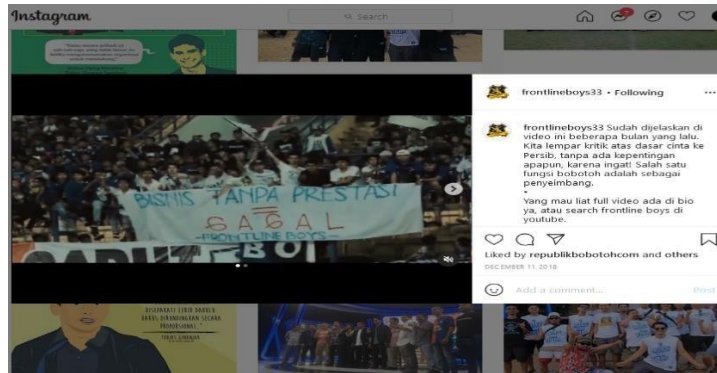
Selain pernyataan tersebut, peneliti menemukan temuan yang ada di media social Viking Frontline saat mengkritisi kasus tersebut. Di lama twitter Viking Frontline tersebut ditunjukkan bentuk kekecawaan atas apa yang dilakukan oleh official media persib dengan cara unsubscribe. Jika dilihat dari cuitannya, Viking Frontline ini sangat terganggu dengan adanya hal tersbut karena menurutnya hal itu sangat memalukan untuk media sekelas Persib Bandung sehingga Viking Frontline melakukan aksi untuk unsubscribe Persib Bandung sebagai bentuk kritik atas apa yang telah terjadi.



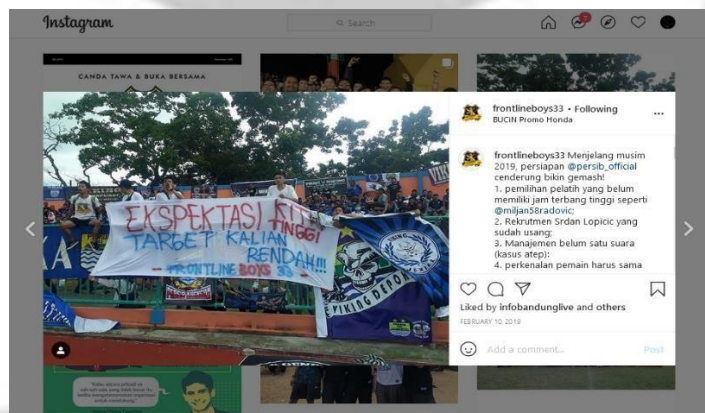
Gambar 3.21 Bentuk kritik Viking Frontline di laman media social milik komunitas

Menyuarakan Kepentingan (Movement)

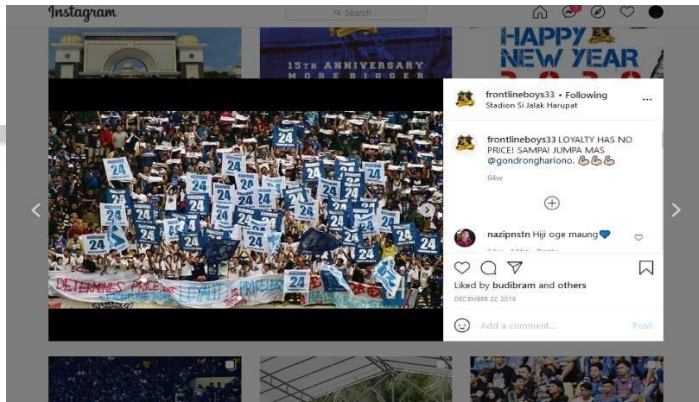
Didalam menyuarakan hak-hak dan kepentingan supporter, Viking Frontline memiliki peranan besar dalam terciptanya berbagai *movement* di kalangan supporter. Sudah banyak bentuk *movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline baik *movement* dalam bentuk mendukung Persib Bandung ataupun *movement* yang mengkritisi Persib Bandung itu sendiri. Berikut adalah beberapa *movement* yang pernah dilakukan oleh Viking Frontline, diantaranya :



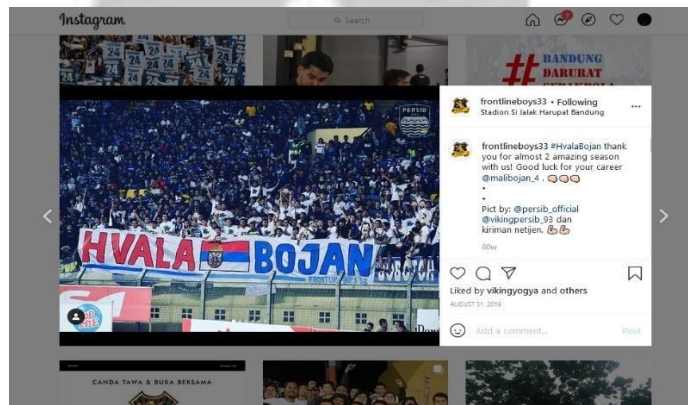
Gambar 3.22 Movement Frontline dengan membuat tulisan kritik kepada Persib dengan menggunakan spanduk di Stadion Jalak Harupat



Gambar 3.23 Movement Frontline dengan membuat tulisan kritik kepada Persib dengan menggunakan spanduk saat *away* ke Stadion Cilacap



Gambar 3.24 Viking Frontline membuat tulisan angka 24 di Tribun Timur Stadion Jalak Harupat dalam rangka perpisahan di dengan Hariono di laga terakhir melawan PSM Makassar



Gambar 3.25 Viking Frontline membuat spanduk yang ditunjukkan kepada Bojan Malisic di laga terkahirnya melawan PSS Sleman



Gambar 3.26 aksi yang dilakukan oleh bobotoh di Jl. Sulanjana pada tahun 2017

Beberapa gambar diatas merupakan bentuk *movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline baik *movement* yang dilakukan dalam bentuk mendukung atau mengkritisi Persib Bandung. Didalam terciptanya suatu *movement*, Viking Frontline melakukannya *by moment*, sehingga *movement- movement* tersebut tercipta sesuai isu atau momen apa yang sedang ramai di kalangan bobotoh. Dan uniknya disetiap *movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline selalu menggunakan spanduk yang berbeda dan hal tersebut menyesuaikan isu yang sedang terjadi.

sebenarnya gini nih kalau kita tuh by moment sih kita mah gak pernah merencanakan jauh-jauh hari. Jadi karena emang saya melek juga tuh isu- isu yang ada diluar yak arena tuntutan pekerjaan juga hehehe misalnya anggaph distadion ketika Malisic out kita ada proses dan kadang- kadang juga ya nyontek dari supporter luar waktu itu kan kita pasang topeng malisic kan waktu itu terus pernah juga tahun berapa gitu pas supporter tuh gak boleh bawa bendera ke stadion terus kita sepatok sama anak- anak jadi bikin symbol dengan menutup mulut pake lakban selama di stadion. Terus kalau spanduk juga kita mah kan setiap pertandingan beda- beda ya kalau itu ya tergantung momen juga dan idenya juga bisa dari siapa aja. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Dan tentu di setiap *movement* yang diciptakan, Viking Frontline sendiri memberikan ruang kepada seluruh anggota untuk memberikan ide terhadap *movement* yang akan dilaksanakan. Sehingga ide- ide tersebut tidak hanya tercipta dari pengurus Viking Frontline saja tetapi ide *movement* bisa juga tercipta dari inisiatif anggota. Dan *movement* yang dilakukan ini tentu harus ada pesan yang ingin disampaikan kepada Persib Bandung agar *movement* tersebut bisa didengar oleh manajemen.

Jadi ya kita mah ngebebasin anak- anak ketika anak- anak ada inisiatif teh oh iya sok aja selama hasilnya dapet pesannya juga dapet gitu salah satu contohnya yang waktu dicilacap yang tulisan ekspektasi kita tinggi target kalian rendah, itu kan sebenarnya inisiatif dari anak-anak. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Dari sekian banyaknya *movement* yang pernah dilakukan oleh Viking Frontline, demo di Jl. Sulanjana pada tahun 2017 merupakan *movement* dengan *impact* terbesar yang pernah dirasakan oleh Viking Frontline. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa pada saat itu jumlah supporter yang hadir sebanyak 2000. *Movement* tersebut tercipta karena inisiatif dari Viking Frontline lalu bekerja sama dengan beberapa komunitas lainnya seperti La Curva dan Casual lalu membuat suatu konten ajakan di media social. *Movement* tersebut memberikan *impact* besar terhadap pergerakan

suporter di tahun-tahun setelahnya. Beliau menjelaskan bahwa sebelum adanya *movement* tersebut bahkan jauh di tahun-tahun sebelumnya, bobotoh tidak berani untuk memulai suatu *movement* dalam mengkritisi performa Persib Bandung. Hal itu terjadi karena banyaknya stigma-stigma menakutkan yang tertuju kepada bobotoh dan akhirnya berpengaruh terhadap intensitas *movement* yang dilakukan oleh bobotoh. Dengan dimulainya *movement* besar pada tahun 2017, bobotoh semakin berani untuk melakukan *movement* dan berani dalam mengkritisi kebijakan-kebijakan manajemen yang sekiranya tidak tepat untuk diterapkan.

Yang sebenarnya paling banyak impact nya mah waktu tahun 2017 ya yang di sulanjana yang golden era. Maksudnya itu dulu orang-orang itu banyak yang takut ya ketika ada sesuatu yang gabener ya apalagi waktu tahun 2012 mulai ada isu avanza hitam terus banyak movement lah, nah tapi dari situ kebetulan lah fikiran kaya geus lah umuch muchtar mah tong dilawan terus dengan stigma-stigma avanza hitam terus banyak isu-isu yang lainnya nah kebetulan waktu itu pengurus Viking yang lama dipegang kan sama pak haji jadi bener-bener dikit yang senior tuh kaya geus lah ulah-ulah teu ngeunah gitu kan banyak hal kaya gitu kan, makanya di 2017 waktu itu kan saya sama tobi yang menginisiasi gerakan itu uterus ya udah ngajak yang lain tiba-tiba respon komunitas lain juga oke kan waktu itu ada La Curva, Casual dan beberapa teman-teman Viking yang lain ya udah jadi lah waktu itu ada sekitar 2000-an orang ya kan yang long march jadi ya itu momentum lagi gitu kan saya sih gak tau impact besarnya gimana gitu tapi semenjak itu bobotoh lebih berani lagi buat ngomong gitu jadi kalau impact langsung nya itu salah satunya pak Glen Sugita mundur dari PT LIB itu salah satu impact langsung yang didapat dan secara gak langsungnya bobotoh lebih berani lagi untuk bersuara gitu. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Selain itu, Viking Frontline menjelaskan bahwa faktor-faktor terciptanya suatu *movement* tidak hanya krisis-krisis yang dialami oleh Persib Bandung saja, terdapat faktor-faktor lain yang menjadi bahan pertimbangan Viking Frontline dalam menciptakan suatu *movement* diantaranya seperti ucapan perpisahan terhadap pemain yang dinilai berjasa selama membela Persib Bandung lalu *movement* dalam bentuk sambutan terhadap pemain besar yang akan membela Persib Bandung. Dari adanya penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor terciptanya suatu *movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline tidak hanya berpacu kepada masalah-masalah internal Persib Bandung saja tetapi banyak faktor lain yang akhirnya berdampak terhadap *movement* yang akan dilakukan.

Sebenarnya gini ya, bukan cuman masalah aja yang jadi faktornya, semisal tadi kaya pas ada hariono keluar ada pemain pindah malisic waktu itu terus waktu essien datang jadi tidak selalu masalah kok hehehe. Ketika ada perpisahan atau ketika ada dukungan kita

akan ngeselin gitu ya hehehe jadi ya kaya gitu gitu lah hehehe (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Didalam melaksanakan suatu movement, terdapat beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh Viking Frontline sebelum melaksanakan *movement* tersebut, salah satu pertimbangan yang dilakukan oleh Viking Frontline adalah dengan menunjuk penanggung jawab untuk mengkoordinir *movement* yang dilakukan. Hal ini dilakukan karena di setiap *movement* perlu seseorang yang mengkoordinir dan bertanggung jawab atas *movement* tersebut sehingga tujuan diadakannya *movement* tersebut dapat tercapai. Didalam proses pemilihan penanggung jawab, Viking Frontline mempercayakan hal tersebut kepada ketua komunitas maupun senior yang ada di Viking Frontline. Setelah ditunjuknya penanggung jawab, Viking Frontline mengadakan briefing terlebih dahulu agar *movement* yang dilakukan dapat berjalan sesuai tujuan. Akan tetapi *briefing* yang dilakukan oleh Frontline ini hanya untuk *movement- movement* dalam skala besar, untuk *movement- movement* dalam skala kecil tidak dilakukan *briefing* dan berjalan saja seperti biasanya. Dan benar saja dengan ditunjuknya penanggung jawab dan diadakannya *briefing* terlebih dahulu berdampak baik terhadap pelaksanaan *movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline, selama pelaksanaan *movement-movement* tersebut, tidak terlalu banyak Kendala dan kesalahan yang menimpa Viking Frontline dan selalu sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

oh iya (ditunjuk penanggung jawabnya) terus penanggung jawabnya ditunjuk aja gitu, biasanya tobi yang tunjuk dan briefing itu ada misalnya kalau semisal ada masalah gede banget baru tapi kalau misalnya sehari hari kesana mah gak ada berjalan aja dan Alhamdulillah movement-movement sebelumnya gak ada ya, aman.” (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Viking Frontline tidak merencanakan program yang sedemikian rupa dalam melaksanakan *movement* yang akan dilakukan akan tetapi lebih mengikuti alur yang ada pada setiap movement tersebut. Hal ini pun selaras dengan yang dikatakan sebelumnya bahwa Viking Frontline lebih terfokus kepada masalah yang sedang terjadi sehingga berkaitan dengan sikap, Viking Frontline hanya mengikuti alur yang ada :*“engga kita mah ngegelosor aja (ngikutin alur yang ada pada saat itu) (Angky- Pengelola Media Viking frontline)*

Meskipun begitu, sudah banyak *movement- movement* yang dilakukan oleh Viking Frontline dan berdampak terhadap kebijakan- kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen. Viking Frontline menjelaskan bahwa semakin banyaknya *pressure* yang diberikan bobotoh kepada

manajemen, semakin besar juga peluang manajemen untuk mempertimbangkan suara- suara yang ditunjukkan supporter. Dalam prosesnya, Viking Frontline termasuk komunitas yang dapat menciptakan gelombang dan menyatukan opini bobotoh dalam melihat suatu isu. Beberapa isu yang didalamnya terdapat peran dari Viking Frontline adalah didepaknya beberapa pemain dan pelatih seperti yang dijelaskan sebelumnya yaitu Radovic, In Kyun, Lopicic dan Antonic. Ketika Viking frontline berhasil untuk membentuk opini supporter, munculah *movement-movement* yang dilakukan oleh bobotoh di stadion seperti ketika bobotoh kurang puas dengan permainan lopicic. Didalam stadion banyak sekali bobotoh yang berteriak dan menyatakan bahwa Lopicic tidak layak untuk berada di Persib Bandung. Dengan adanya *movement* tersebut membuat manajemen berani untuk mempertimbangkan kembali suara suara supporter dan memutuskan hubungan kerja sama dengan pemain-pemain yang dinilai bobotoh memiliki peforma yang buruk. Selain dengan melakukan sebuah *movemen* di stadion dalam mengkritisi isu tersebut, dari internal Viking Frontlinenya sendiri menindak lanjuti *movement* tersebut dengan bertemu salah satu manajemen Persib untuk menyampaikan lebih detail suara- suara yang dimiliki oleh bobotoh sehingga kritik-kritik yang disampaikan oleh bobotoh bisa didengar secara jelas oleh manajemen Persib Bandung.

ya itu maksudnya, kalau secara eksplisit ke manajemen ya kalau saya kan anggeplah pemain gitu ya, kan kita itu bisa sampe kaya minta pemain gitu kan ada beberapa pemain yang bisa kita gitu lah kaya Lopicic, In Kyun, Antonic, Radovic ya tau lah ya hehehe. Waktu itu juga kebetulan secera personal saya pernah ketemu pak glen buat bilang kalau maitimo itu tidak menyenangkan tapi itu tidak lewat media, tapi itu langsung. Jadi ketika waktu itu si rifan ngomong enggeus nasib pamaen jeung nasib pelatih mah bisa ditentukeun ku maneh jadi maksudnya itu udah bisa menjawab kalau itu udah ada impact nya ke manajemen soalnya yang kita bikin itu wave nya kan ya jadi bikin wave nya banyak gitu ya itu profokator lah hehehe ya karena itu ketika ngebangun opini supporter hehehe. (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)

Dari banyaknya *movement- movement* yang dijelaskan sebelumnya, pengelola media Viking Frontline menambahkan bahwa terdapat pembagian tugas dengan beberapa pengurus inti dari komunitas sehingga bisa menciptakan *movement- movement* besar. Dalam hal ini dijelaskan bahwa pengelola media dari Viking frontline yaitu Angky dan Tony bertugas untuk mengkoordinir *movement* tersebut melalui media yang dimiliki oleh Viking Frontline. Dan untuk *movement* yang secara langsung dilakukan baik didalam stadion ataupun di luar stadion di koordinir oleh dua senior Viking Frontline lainnya yaitu Toby dan juga Cecep. Dengan adanya pembagian peran

tersebut membuat suatu *movement* dapat berjalan dengan lancar sesuai tujuan dan *movement* yang dilakukan selalu berdasar atas data yang didapat oleh Viking Frontline.

jadi gini, manajemen konflik yah karena itu salah satu manajemen konflik, ketika saya menciptakan gelombang di udara secara gak langsung tobi menciptakan gelombang di internal jadi kembali ke perannya masing- masing lagi gitu, buat di udara ada saya dan tonai di darat ada tobi sama cecep gitu jadi sebenarnya mah percaya diri aja sih kan emang bagian dari manajemen konflik mah gitu semisal kita ada di suatu konflik kita harus beranggapan bener aja gitu ya selagi data yang dipegang juga bener gitu ya, jadi ada pembagian peran itu sih dengan caranya masing masing (Angky- Pengelola Media Viking Frontline)



BAB IV

Pembahasan

Didalam Bab ini, peneliti akan membahas temuan-temuan yang telah didapatkan sebelumnya melalui data primer dan juga data sekunder terkait Pengelolaan Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan Suporter Klub Sepakbola Lokal. Temuan-temuan yang telah didapatkan akan dibahas dan dianalisa menggunakan teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya

A. Republikbobotoh

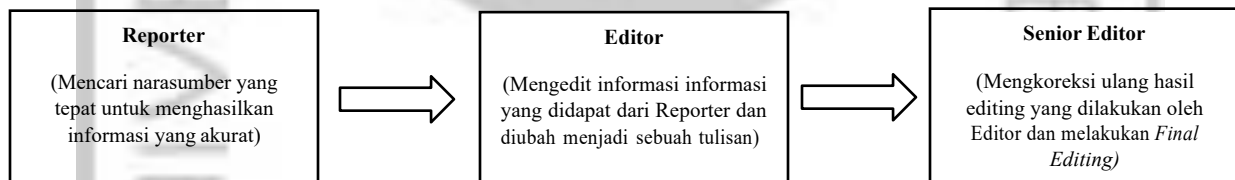
Manajemen Pengelolaan Media

Berdasarkan Junaedi (2014: 35-37) mengatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek di dalamnya seperti sumber daya manusia, materi dan fungsi-fungsi manajemen yang diantaranya adalah *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* agar tercapainya tujuan dari komunitas.

Pertama adalah *planning* yang dilakukan oleh komunitas. *Planning* merupakan salah satu fungsi manajemen yang berkaitan dengan apa yang akan dilakukan di masa yang akan datang dengan meletakkan pondasi pondasi dasar didalamnya dan berkaitan dengan bagaimana rencana atau ide yang akan diterapkan guna tercapainya tujuan bersama. Selain itu fungsi *planning* juga memberikan ruang kepada organisasi atau komunitas untuk mematangkan ide dan konsep yang akan dilaksanakan (Junaedi, 2014:38). Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, republikbobotoh menciptakan ide dan konsep produksi berdasarkan situasi yang sedang ramai diperbincangkan dan juga mempertimbangkan konten-konten yang disukai oleh bobotoh sehingga ide dan konsep tercipta bersifat situasional. Pertimbangan ide dan konsep yang diterapkan oleh republikbobotoh sangat tepat dilakukan karena dengan mempertimbangkan situasi yang sedang ramai dan konten yang disukai oleh bobotoh tentu memberikan suatu nilai positif bagi republikbobotoh di mata bobotoh. Nilai positif tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan *traffic* di laman website republikbobotoh. Selain itu, pematangan ide dan konsep yang dilakukan oleh republikbobotoh seringkali mengalami kendala yang tidak terduga. kendala-kendala tersebut berdampak terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh republikbobotoh. Akan tetapi republikbobotoh telah memikirkan

kendala- kendala tersebut dengan mempersiapkan plan B agar ide dan konsep yang telah direncanakan sebelumnya tetap bisa untuk diterapkan.

Kedua adalah organizing yang berkaitan dengan pembagian kerja yang akan diberikan kepada masing- masing individu atau bidang kerja dengan memperhatikan rincian tugas yang akan diberikan sehingga tidak terjadi ketimpangan antar divisi dalam melaksanakan tanggung jawabnya. Pembagian kerja tersebut bersifat mutlak dan perlu memperlihatkan skema yang terkoordinir agar setiap rincian tugas terhubung dengan seluruh bidang kerja tersebut bisa menampilkan keterikatan didalamnya. (Junaedi, 2014:42). Republikbobotoh melibatkan tiga bidang kerja didalamnya diantaranya adalah reporter, editor dan juga senior editor. Ketiga bidang kerja tersebut memiliki rincian tugas yang saling berhubungan. Reporter bertugas untuk mencari informasi di lapangan dengan mempertimbangkan narasumber yang dapat memberikan informasi sesuai dengan tema yang telah ditetapkan. Editor menerima informasi- informasi yang didapat oleh reporter dan diubah menjadi suatu tulisan yang sesuai dengan kaidah- kaidah jurnalistik. Dan bidang kerja terakhir adalah senior editor yang melakukan pengecekan ulang terhadap tulisan yang dibuat oleh editor dan melakukan *final editing* sebelum akhirnya tulisan tersebut dipublikasikan.



Bagan 4.1 alur kerja republikbobotoh

Jika dilihat dari bagan tersebut, republikbobotoh telah melakukan pembagian kerja di setiap bidang kerja dengan sangat baik. Pembagian kerja tersebut menampilkan suatu skema yang terkoordinir sehingga seluruh bidang dapat terhubung dengan baik dan dapat menghasilkan suatu konten yang menarik. Dan jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu dengan judul *Manajemen Media Komunitas Sleman Football* yang dilakukan oleh Nur rahmat gunawan dan Beni setiawan pada tahun 2019, terdapat beberapa perbedaan yang diterapkan oleh sleman football dan republikbobotoh di dalam pembagian kerja dimana sleman football tidak memiliki struktur organisasi layaknya organisasi media pada umumnya dan hanya memanfaatkan divisi untuk memudahkan pembagian kerja tetapi tetap memiliki pemimpin redaksi didalamnya. Sedangkan

republikbobotoh sendiri memiliki struktur organisasi yang sama halnya dengan organisasi media pada umumnya seperti reporter, editor, senior editor dan sebagainya. Selain itu republikbobotoh juga memiliki pemimpin redaksi di dalamnya sama halnya dengan sleman football yang bertanggung jawab atas seluruh konten yang telah diproduksi. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa proses rincian dan pembagian kerja yang dilakukan oleh republikbobotoh telah menggunakan skema yang terkoordinir dan saling terhubung sehingga tidak adanya *miss coordination* yang berakibat fatal dalam pembuatan suatu konten.

Ketiga adalah *actualling* yang merupakan suatu fungsi didalam manajemen yang berfokus untuk menjalankan rencana- rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Fungsi pelaksanaan berfungsi dalam memberikan suatu arahan dan pengaruh terhadap individu ataupun bidang kerja yang telah menerima rincian dan perlu untuk menghadirkan langkah- langkah konkret yang harus dilakukan oleh suatu organisasi atau komunitas dengan mempertimbangkan pembagian kerja (Junaedi, 2014:44). Ketika melakukan fungsi pelaksanaan ini, republikbobotoh beberapa kali menerima hambatan yang mempengaruhi proses pelaksanaan tersebut. Hambatan- hambatan tersebut sering terjadi di bagian produksi dan pasca produksi. Tidak hanya itu, bahkan terdapat beberapa hambatan yang berpengaruh terhadap tujuan komunitas salah satunya adalah kehadiran covid 19 yang dianggap merugikan seluruh sektor industri. Karena kehadiran covid 19 ini, republikbobotoh mencoba untuk menyesuaikan seluruh kegiatan produksi dengan kondisi yang ada dan tetap memperhatikan kebutuhan- kebutuhan bobotoh dalam mengkonsumsi berita. Ketika hambatan- hambatan tersebut terjadi dan mempengaruhi fungsi pelaksanaan, Republikbobotoh telah mempersiapkan langkah- langkah konkret didalamnya seperti tetap memproduksi konten seputar Persib Bandung meskipun sepakbola nasional belum berjalan dan banyak pihak yang membatalkan kerja sama. Langkah- langkah konkret tersebut diperuntukan dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan produksi agar hambatan- hambatan yang ada dapat diatasi sebaik mungkin sehingga tidak mengganggu fungsi pelaksanaan dalam mencapai tujuan komunitas.

Keempat adalah *controlling* yang merupakan fungsi manajemen yang menampilkan proses- proses evaluasi terhadap fungsi manajemen yang dilakukan oleh organisasi atau komunitas agar meningkatnya kualitas media dari komunitas itu. Tentu fungsi pengawasan ini sangat penting didalam manajemen media massa karena fungsi ini harus memastikan kualitas media dari suatu komunitas tetap terjaga sehingga tidak adanya kekecewaan yang dirasakan oleh khalayak.

(Junaedi, 2014: 46). Fungsi pengawasan ini dimanfaatkan dengan baik oleh republikbobotoh dimana setiap adanya evaluasi yang dilakukan oleh republikbobotoh, membuat peningkatan yang baik terhadap konten- konten selanjutnya yang disajikan oleh republikbobotoh kepada bobotoh itu sendiri. Pada awal didirikannya republikbobotoh ini, tim produksi berjalan dengan alat alat seadanya yang kualitasnya tidak terlalu baik seperti kamera dan audio recording yang memberikan hasil kurang maksimal terhadap produksi yang dilakukan oleh republikbobotoh. Tentu dengan keterbatasan- keterbatasan tersebut, republikbobotoh melakukan evaluasi dan mencari untuk memperbaiki kualitas alat- alat yang dimiliki. Dalam hal ini republikbobotoh mempertimbangkan untuk menyimpan beberapa persen dari hasil yang didapat untuk membeli alat alat yang memiliki kualitas lebih baik dari sebelumnya.

Republikbobotoh juga mencari apa saja kritik, keluhan dan saran dari bobotoh selama menikmati konten- konten yang disajikan oleh republikbobotoh di berbagai macam platform. Kritik, keluhan dan saran tersebut bisa didapat oleh republikbobotoh melalui kolom komentar di platform yang digunakan oleh republikbobotoh dan dengan adanya kritik, keluhan dan saran tersebut, dijadikan bahan evaluasi oleh republikbobotoh agar kedepannya bisa memproduksi konten- konten yang lebih baik. Dalam melaksanakan konteks pengawasan ini, semua tim produksi yang mengurus konten tersebut berkontribusi terhadap evaluasi yang dilakukan oleh republikbobotoh sehingga evaluasi ini tidak dilakukan secara individual akan tetapi dilakukan secara tim. Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh Pasoepati.net didalam penelitian yang berjudul *Manajemen Media Online pada Website Pasoepati.net* yang diteliti oleh Rizky Ramdhani pada tahun 2017 bahwa Pasoepati.net memberikan ruang kepada pembaca atau supporter dengan menyediakan kolom komentar di dalamnya. Sehingga apa yang dilakukan oleh republikbobotoh sangat tepat untuk menyediakan kolom komentar di setiap konten yang diproduksi agar dapat mengetahui evaluasi- evaluasi yang disampaikan oleh pembaca dan bobotoh.

Aspek selanjutnya adalah terkait sumber daya manusia. Di dalam memanfaatkan sumber daya manusia, Republikbobotoh memiliki beberapa kegiatan internal yang diantaranya adalah nonton bareng, mancing bareng dan juga gowes bareng. Kegiatan internal tersebut melibatkan sumber daya manusia yang cukup banyak dengan tujuan terciptanya *chemistry* antara republikbobotoh dan juga bobotoh. Jika dilihat dari tujuan yang ingin dicapai oleh republikbobotoh dalam memanfaatkan kegiatan internal ini, republikbobotoh telah berhasil mencapai tujuan

tersebut karena dengan adanya *chemistry* tersebut membuat bobotoh lebih aktif dalam berpartisipasi di setiap konten yang diciptakan oleh republikbobotoh. Uniknya kegiatan internal yang memanfaatkan banyaknya sumber daya manusia tersebut tidak hanya berpengaruh terhadap *chemistry* saja tetapi secara tidak langsung dapat mempromosikan media- media yang dimiliki oleh republikbobotoh. Kegiatan- kegiatan internal tersebut diinformasikan melalui platform yang dimiliki oleh republikbobotoh baik Instagram, twitter ataupun website. Ketika ada suatu kegiatan internal menarik yang akan diinformasikan, tentu *traffic* dari republikbobotoh semakin meningkat sehingga secara tidak langsung kegiatan internal tersebut memberi suatu akses kepada republikbobotoh dalam mempromosikan media- media yang dimiliki.

Aspek tersebut ternyata berpengaruh terhadap aspek materi yang dirasakan oleh republikbobotoh. Dengan memanfaatkan tingginya *traffic* yang dimiliki oleh republikbobotoh dan banyaknya jumlah followers di Instagram dan juga Twitter untuk menarik hati dari instansi- instansi yang ingin bekerja sama. Pembiayaan yang dilakukan oleh republikbobotoh murni berasal dari iklan- iklan yang ditampilkan di seluruh platform milik republikbobotoh meskipun pada awalnya perihal pembiayaan republikbobotoh ini berasal dari investor. Tetapi untuk saat ini republikbobotoh berdiri tanpa bantuan investor sedikitpun sehingga republikbobotoh bisa dikatakan suatu media yang mandiri dengan memanfaatkan seluruh keunggulan yang dimiliki. Akan tetapi republikbobotoh tidak memanfaatkan tingginya *traffic* dan banyak *followers* untuk mengembangkan potensi dalam mendapatkan sumber dana. Republikbobotoh hanya memanfaatkan keunggulan tersebut untuk bekerja sama dengan instansi lain agar bisa mengiklankan produknya di laman media milik republikbobotoh.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farhidian Anshari dkk pada tahun 2016 dengan judul *Tren Suporter Bersuara Melalui Media* menyebutkan bahwa simamaung.com yang notabennya adalah media bobotoh, memanfaatkan juga tingginya *traffic* untuk menjadi sumber dana dengan memberikan *space* kepada pelaku- pelaku usaha untuk mengiklankan barang dan jasa di laman media milik simamaung.com. Selain itu simamaung juga memanfaatkan keunggulannya untuk memproduksi dan menjual *marchandise*. Hal tersebut yang tidak dilakukan oleh republikbobotoh, seharusnya republikbobotoh bisa untuk memperluas potensi dalam mendapatkan sumber dana seperti menciptakan *mancherdise* ataupun kegiatan kegiatan yang lainnya agar keberlangsungan perusahaan semakin membaik.

Media komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan

Saat ini media komunitas memiliki peluang yang cukup besar untuk tetap eksis di era media baru sebagai sarana pengembangan bagi masyarakat. Terbentuknya media komunitas ini biasanya berdasar kepada tuntutan- tuntutan komunitas di dalam memenuhi kebutuhan- kebutuhannya yang salah satunya adalah infomasi. (Usman, 2018:38-39). Republikbobotoh selaku media yang mempresentasikan bobotoh itu sendiri berperan dalam memberikan ruang kepada bobotoh untuk menyuarakan hak- hak yang ingin disampaikan. Terdapat ruang- ruang khusus yang disediakan kepada bobotoh untuk berpartisipasi dalam mengkritisi konflik yang sedang terjadi. Dan baiknya, bobotoh memanfaatkan ruang tersebut untuk menulis dan menyampaikan opini yang ingin disampaikan. Peneliti menemukan ratusan bobotoh telah mencoba untuk berpartisipasi di setiap konflik dengan mengirim tulisannya ke laman website republikbobotoh. Kultur mendukung tim sepakbola melalui tulisan ini menjadi suatu hal positif bagi supporter terlebih media- media komunitas ini sudah didukung dengan kemajuan teknologi informasi sehingga bobotoh diberikan ruang untuk mengkritisi baik konflik internal ataupun konflik eksternal terkait Persib Bandung.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh Farhidian Anshari dkk pada tahun 2016 dengan judul *Tren Suporter Bersuara Melalui Media* menyebutkan bahwa konten- konten yang diproduksi oleh simamaung.com lebih mengarah kepada konten- konten yang berkaitan dengan sisi positif dan citra baik Persib bandung. Selain itu simamaung.com ini berfokus dalam memberikan informasi secepat mungkin sehingga dapat menjaring pembaca dan supoter lebih banyak lagi. Jika dibandingkan dengan apa yang dilakukan oleh republikbobotoh, tentu republikbobotoh lebih baik dalam memanfaatkan media yang ada sebagai representasi dari bobotoh itu sendiri dengan menyediakan ruang- ruang untuk mengkritisi konflik- konflik yang sedang terjadi. Karena jika suatu media komunitas hanya membahas perihal sisi baik dari Persib Bandung saja tanpa menyediakan ruang kritik untuk manajemen, tidak memiliki perbedaan secara signifikan dengan apa yang dilakukan oleh official media Persib Bandung. Oleh karenanya pemanfaatan media komunitas yang dilakukan oleh republikbobotoh sangat tepat untuk diterapkan karena selain memberikan informasi secara *update*, republikbobotoh juga memberikan ruang kepada bobotoh untuk menyuarakan kepentingannya disetiap konflik yang sedang terjadi.

Republikbobotoh adalah media yang dapat merepresentasikan bobotoh secara general. Menurut Hadi (2017:141) disebutkan bahwa bobotoh bukanlah komunitas suporter yang bersifat homogen melainkan heterogen. Hal tersebut terjadi karena banyaknya elemen komunitas didalam suporter Persib Bandung dengan berorientasi kepada kesenangan dan kepentingannya masing-masing. Dalam membangun identitas kolektifnya di era digital seperti ini, republikbobotoh mencoba untuk memahami bobotoh yang memang terbagi kembali di dalam komunitasnya masing-masing. Republikbobotoh berusaha untuk melibatkan seluruh komunitas didalam setiap konten yang diproduksi salah satunya adalah di youtube. Jika dilihat di laman youtube milik republikbobotoh, konten-konten yang diproduksi selalu bekerja sama dengan berbagai elemen seperti bobotoh fagmilia, flowers city casual dan yang lainnya. Republikbobotoh memanfaatkan era digital ini sebagai alternatif dalam membangun identitasnya sebagai media yang merepresentasikan bobotoh secara general. Dalam mengkonstruksi sebuah identitas media, republikbobotoh terbilang berhasil untuk berada pada tujuannya, dengan adanya konten-konten yang melibatkan seluruh elemen bobotoh didalamnya dapat menunjukkan bahwa media republikbobotoh secara utuh menjadi media bobotoh yang dapat menyatukan seluruh komunitas yang ada dan menjadi media yang dapat merepresentasikan bobotoh secara utuh.

Masyarakat perlu untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menghadirkan media komunitas sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan bagi masyarakat tersebut. Tentu media komunitas harus memperhatikan dan bertanggung jawab terhadap independensi dari konten dan isi di dalam media tersebut. Perlu diperhatikan bahwa makna independen ini diperuntukan untuk semua golongan dan tidak diperuntukan untuk kepentingan politik. (Hermanto, 2007: 249). Ketika terjadi suatu konflik yang melibatkan manajemen dengan suporter, republikbobotoh berusaha untuk *cover both side* yang tidak berpihak kepada siapapun. Independensi tersebut dilakukan agar tidak adanya suatu pihak yang dirugikan. Tetapi jika keberpihakan tersebut dihitung dalam persentase, republikbobotoh lebih mengutamakan bobotoh yang mendapatkan persentase sebanyak 70% dari pada manajemen yang hanya mendapatkan 30% keberpihakan ketika terjadi suatu konflik yang melibatkan kedua elemen tersebut.

Jika dilihat dari tujuan mengapa republikbobotoh memilih untuk *cover both side* ketika terjadi konflik internal, tentu republikbobotoh telah melakukan suatu langkah yang tepat agar tetap menjadi media yang dapat mempresentasikan bobotoh itu sendiri dan tetap menjaga hubungan

baik dengan manajemen sehingga tidak satupun pihak yang merasa dirugikan dengan konten-konten yang diproduksi oleh republikbobotoh. Tetapi ketika konflik dan permasalahan yang ada berhubungan dengan eksternal seperti tim atau suporter lain, Republikbobotoh memposisikan medianya untuk mendukung secara penuh Persib Bandung dan bobotoh agar tidak mendapatkan *framing* negatif dari khalayak umum. Di Dalam menjaga hubungan baik dengan manajemen, republikbobotoh pun memposisikan medianya untuk membantu manajemen dalam upaya membangun kampanye positif dalam mendukung Persib Bandung.

Beberapa konten yang telah diproduksi oleh republikbobotoh dapat menjelaskan bahwa republikbobotoh membantu manajemen dalam mengkampanyekan perihal *no flare, smoke bomb* dan sebagainya di dalam stadion karena jika kegiatan tersebut dilakukan tentu berdampak kepada sanksi yang diberikan oleh federasi akibat melanggar aturan yang telah ditetapkan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Nabilah Purwastya pada tahun 2019 dengan judul *Aktivitas Football Family di Kota Solo dalam Memberikan Kampanye Edukasi kepada Supporter Sepakbola Lokal* disebutkan bahwa DPP Pasoepti dan Pasoepti.net mendukung penuh kampanye edukasi yang dilakukan oleh Persis Solo agar terciptanya perubahan sosial dan merubah sifat buruk dari suporter yang dapat merugikan tim Persis Solo. Jika berpacu pada penelitian tersebut, Republikbobotoh memiliki visi yang sama dengan apa yang dilakukan oleh pasoepti.net dalam membantu manajemen tim untuk mengkampanyekan cara mendukung positif bagi tim yang dibela agar tidak adanya dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan- kegiatan yang merugikan tersebut.

Lanang dkk (2016 : 133) menyebutkan bahwa Media komunitas merupakan media yang perlu untuk dikreasi sedemikian rupa sehingga dapat memberikan ruang dan kesempatan kepada pengelola untuk mengembangkan materi yang akan diproduksi mengenai tim yang didukung. Internet ini merupakan kultur baru di zaman ini karena pola komunikasi yang dibangun pun semakin cepat. Dari banyaknya materi tentu memudahkan pengelola media dalam mengkreasi dan membagikannya secara mandiri kepada suporter dan tentunya ini menghasilkan respon yang cepat di kalangan suporter. Teknologi informasi ini memberikan kesempatan kepada siapapun untuk berpartisipasi dalam mendukung tim kebanggannya. Republikbobotoh mencoba memanfaatkan media yang ada untuk mendukung tim kebanggannya melalui proses literasi. Proses literasi yang dilakukan oleh Republikbobotoh berkaitan dengan tulisan tulisan yang bisa menyuarakan hak- hak

dan kepentingan supporter. Bobotoh adalah salah satu supporter di Indonesia yang memiliki ketertarikan yang tinggi didalam mendukung Persib melalui proses literasi bahkan menjadi salah satu supporter yang memiliki tingkat literasi yang baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya bobotoh yang memulai proses literasi tersebut dengan memanfaatkan media dan mencoba untuk berpartisipasi di media- media besar seperti republikbobotoh dan yang lainnya.

Di Dalam proses meningkatkan semangat literasi di kalangan bobotoh, republikbobotoh menghadirkan ruang khusus kepada bobotoh yang diberi nama *Gorowok Bobotoh* untuk membangun semangat literasi dari bobotoh itu sendiri dan hasil literasi tersebut dipublikasikan melalui website republikbobotoh.com. Selain itu, republikbobotoh memberikan contoh dalam proses literasi tersebut sehingga dapat berdampak kepada semangat bobotoh dalam mendukung Persib Bandung melalui proses literasi ini. Tetapi di dalam menularkan kemauan terhadap supporter melalui media komunitas bukan merupakan suatu pekerjaan yang mudah. beberapa media komunitas cukup sulit untuk menularkan kemauan kepada supporter lainnya agar bisa membantu mengarsipkan *moment* tim. Dan untuk menangani permasalahan tersebut, setiap komunitas punya cara tersendiri dalam merawat media komunitas, dan tantangan yang diterima di setiap media mungkin memiliki solusi yang tidak selalu sama dengan media lainnya. (Lanang dkk, 2016:117). Hal tersebut juga dirasakan oleh republikbobotoh bahwa tidak semudah yang dibayangkan dalam membangun semangat literasi di kalangan bobotoh. Bahkan beberapa faktor yang dinilai dapat mendukung proses literasi ini menjadi suatu penghambat dalam menularkan kemauan kepada bobotoh untuk mencintai kultur literasi ini.

Salah satu faktor penghambatnya adalah perkembangan teknologi yang tidak bisa dimanfaatkan secara positif oleh bobotoh. Akibat arus perkembangan tersebut, semakin banyak bobotoh yang terjerumus di dalam pemaknaan yang salah seperti mudah menerima hoax dan berkurangnya minat bobotoh dalam membaca yang berakibat kepada pemaknaan yang salah terhadap informasi yang dikonsumsi. Meskipun begitu, Republikbobotoh tetap berambisi untuk meningkatkan semangat literasi di kalangan bobotoh karena proses literasi ini dinilai dapat berpengaruh terhadap kebijakan- kebijakan manajemen. Literasi yang bermuatan kritik akan menjadi suatu hal yang menarik bagi pembaca dan objek yang dituju karena dapat membangun suatu opini baru bagi supporter hingga berdampak terhadap kebijakan- kebijakan manajemen. Tulisan kritis dengan menampilkan data dan fakta adalah salah satu proses literasi yang dilakukan

oleh republikbobotoh. Data dan fakta yang didapat dikemas sedemikian rupa menjadi suatu tulisan yang kritis dan menghadirkan suatu bentuk literasi yang baik sehingga kritik dalam bentuk tulisan tersebut menjadi suatu pertimbangan bagi manajemen untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada dan menghindari segala dampak negatif yang diterima.

Di Dalam literasi yang coba ditimbulkan oleh republikbobotoh ini memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan didalamnya. Kelebihan didalam proses literasi yang dilakukan oleh republikbobotoh ini adalah selalu melibatkan bobotoh di dalam proses literasi yang diciptakan. Sebagai media, republikbobotoh berhasil menjadi representasi bagi bobotoh dan berhasil untuk menyediakan ruang bagi bobotoh untuk menciptakan suatu literasi dan dapat dipublikasikan. Selain itu literasi literasi yang diciptakan oleh republikbobotoh berkualitas tinggi karena dapat berpengaruh terhadap beberapa aspek. Konteks literasi yang ditimbulkan oleh republikbobotoh selalu tertuju pada suatu arah yang bisa berdampak terhadap keputusan dan kebijakan manajemen. Tentu proses literasi yang ditunjukkan selalu berdasar kepada rencana- rencana yang telah ditetapkan sebelumnya dan jika literasi tersebut berpengaruh terhadap bobotoh dan kebijakan manajemen bisa dikatakan rencana- rencana yang telah ditetapkan berhasil untuk dilaksanakan.

Dan ketika berbicara perihal kekurangan di dalam proses literasi ini, republikbobotoh tidak pernah mengajak bobotoh secara langsung untuk aktif mendukung Persib melalui proses literasi ini. Republikbobotoh hanya menyediakan ruang bagi bobotoh untuk ikut aktif dalam menciptakan literasi baik dalam bentuk opini kritik dan sebagainya. Seharusnya republikbobotoh bisa memanfaatkan jumlah suporter yang banyak dan banyaknya *followers* di media untuk menciptakan suatu kegiatan yang bisa menarik hati bobotoh untuk berpartisipasi dalam menciptakan suatu literasi terkait Persib Bandung sehingga pemikiran bobotoh akan semakin terbuka dalam menanggapi isu- isu yang terjadi di internal maupun eksternal Persib Bandung. Selama ini republikbobotoh hanya memanfaatkan ketertarikan sebagian bobotoh yang memang memiliki minat yang tinggi didalam proses literasi ini, tetapi republikbobotoh belum mempertimbangkan hal lain seperti banyaknya bobotoh yang memang belum terlalu memahami konteks literasi ini sehingga diperlukan suatu kegiatan yang bersifat general agar semangat literasi di kalangan bobotoh dapat meluas.

B. Viking Frontline

Manajemen Pengelolaan Media

Berdasarkan Junaedi (2014: 35-37) mengatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek di dalamnya seperti sumber daya manusia, materi dan fungsi- fungsi manajemen yang diantaranya adalah planning, organizing, actualing dan controlling agar tercapainya tujuan dari komunitas.

Pertama adalah fungsi planning yang merupakan fungsi pertama dari manajemen dan berkaitan dengan apa yang harus dilakukan di masa yang akan datang. Selain itu fungsi perencanaan ini perlu untuk meletakkan pondasi pondasi dasar didalamnya dan harus berkaitan dengan rencana atau ide yang akan diterapkan guna tercapainya tujuan bersama. Selain itu fungsi ini memberikan suatu ruang kepada organisasi atau komunitas untuk mematangkan ide dan konsep yang akan dilaksanakan (Junaedi, 2014:38). Viking Frontline merencanakan suatu ide dan konsep melalui interaksi langsung antar pengurus dan berpacu kepada masalah atau konflik yang sedang terjadi di internal Persib Bandung. Viking Frontline terbilang baik di dalam mengelola fungsi perencanaan ini karena mempertimbangkan isu- isu yang sedang ramai di internal Persib Bandung. Isu- isu terkini menjadi satu faktor ketertarikan bobotoh dalam mengkonsumsi informasi atau sikap yang dilakukan oleh Viking Frontline karena pada dasarnya bobotoh sangat ingin melihat bagaimana Viking frontline memberikan suatu sikap atau informasi terkait isu yang sedang ramai diperbincangkan terkait Persib Bandung.

Setiap ide dan konsep yang telah direncanakan oleh Viking Frontline selalu berjalan dengan baik dan tidak memiliki kendala yang berarti. Dengan adanya temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa ide dan konsep yang selalu dibangun oleh Viking Frontline sesuai dengan fungsi perencanaan yaitu pematangan ide dan konsep menjadi faktor penting agar tercapainya tujuan komunitas. Dengan adanya pematangan ide tersebut, Viking Frontline tidak memiliki kekhawatiran jika suatu saat terjadi suatu kesalahan yang tidak diduga, Viking Frontline siap untuk menerima resiko jika terjadi kesalahan di setiap ide yang dilaksanakan. Akan tetapi seharusnya Viking Frontline perlu untuk mempertimbangkan solusi dan plan b ketika menerapkan suatu ide dan konsep agar tujuan komunitas tetap dapat tercapai. Dengan adanya plan lain tentu Viking Frontline tidak perlu khawatir atas kendala- kendala yang tidak terduga dan jika memang Viking

frontline mempertimbangkan plan lain ketika membuat ide dan konsep tentu dampak- dampak negatif yang akan terjadi pada fungsi perencanaan ini dapat diatasi secepat mungkin sehingga tidak berpengaruh terhadap fungsi manajemen yang lain dalam mencapai tujuan bersama.

Kedua adalah fungsi organizing yang didalamnya terdapat pembagian kerja yang akan diberikan kepada bidang kerja dan masing masing individu dengan memperhatikan rincian tugas yang ada. Hal ini dilakukan agar dapat menghindari ketimpangan antar divisi dalam melaksanakan tanggung jawabnya yang berdampak terhadap proses tercapainya tujuan komunitas. Selain itu pembagian kerja yang telah ditentukan bersifat mutlak dan perlu menghasilkan suatu skema yang terkoordinir agar setiap bidang kerja yang telah menerima rincian tugas dapat terhubung dengan bidang kerja dan skema tersebut dapat menampilkan keterikatan terhadap seluruh bidang kerja. (Junaedi, 2014: 42). Pembagian kerja yang dilakukan oleh Viking Frontline bersifat personal sehingga pembagian kerja yang dilakukan oleh Viking Frontline hanya berkaitan dengan masing-masing individu saja tidak mengikat kepada banyaknya bidang kerja. Jika berpacu kepada teori yang disampaikan oleh Junaedi seharusnya Viking Frontline memiliki bidang kerja yang jelas dan terstruktur dalam menangani konten- konten yang diproduksi. Hal tersebut sangat penting untuk dilakukan guna adanya proses staffing sehingga mempermudah komunitas dalam memproduksi suatu konten.

Meskipun hanya melibatkan beberapa orang saja di dalam memproduksi suatu konten, Viking Frontline terbilang sangat aktif dan terorganisir di setiap konten yang diproduksi baik di twitter, instagram, youtube ataupun Spotify. Peningkatan jumlah followers yang dimiliki oleh viking frontline menunjukkan bahwa viking frontline ini dapat mengikat hati pengguna media social terutama bobotoh. Selain itu, dengan keterbatasan bidang kerja juga Viking frontline dapat membuat suatu konten yang cukup rumit yaitu *podcast* dan masuk kedalam 10 top *podcast* di Indonesia. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa dengan keterbatasan bidang kerja yang ada, Viking Frontline tetap melakukan skema yang terkoordinir sehingga tetap melakukan fungsi pengorganisasian dengan baik.

Penelitian terdahulu dengan judul *Manajemen Media Komunitas Sleman Football* yang dilakukan oleh Nur rahmat gunawan dan Beni setiawan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa sleman football tidak memiliki struktur layaknya organisasi atau komunitas media pada umumnya.

Yang dimanfaatkan oleh sleman football adalah divisi divisi dalam komunitas itu sendiri seperti divisi redaksi, divisi visual, divisi media dan yang lainnya. Hal tersebut persis dengan apa yang diterapkan oleh viking frontline yaitu tidak memiliki bidang kerja seperti apa yang dilakukan oleh republikbobotoh karena pada dasarnya Viking frontline berdiri atas dasar komunitas suporter dengan memanfaatkan media sebagai medium komunitas. Viking frontline memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan suatu skema yang terkoordinir sehingga berdampak terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh komunitas. Akan tetapi fungsi pengorganisasian di komunitas viking frontline ini lebih demokratis dengan tidak memblokir akun-akun yang mengkritisi frontline meskipun dengan mengeluarkan kata-kata yang tidak pantas. Sedangkan sleman football memblokir akun-akun yang dirasa berlebihan dalam mengomentari dan mengkritisi dengan alasan untuk mengantisipasi provokatif yang dapat menimbulkan konflik antar suporter. Jika dilihat dari kedua perbedaan tersebut, sebenarnya Viking frontline ini lebih memberikan ruang kepada bobotoh untuk mengkritisi meskipun dengan cara yang tidak tepat karena pada dasarnya kritik dilakukan agar adanya perbaikan dan untuk kebaikan komunitas itu sendiri. Dengan tidak memblokir akun-akun yang mengkritisi Viking frontline, tentu ini menjadi nilai positif tersendiri bagi Viking frontline dalam memberikan ruang kepada bobotoh untuk mengekspresikan dan menyuarakan haknya sebagai supporter.

Ketiga adalah fungsi *actuating* yang yang melaksanakan rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Di Dalam fungsi pelaksanaan ini terdapat pengaruh dan arahan terhadap individu ataupun bidang kerja yang telah mendapatkan rincian tugas. Hal ini dilakukan agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu perlu adanya langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh suatu organisasi atau komunitas dengan memperhatikan pembagian kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. (Junaedi, 2014: 44). Viking frontline memanfaatkan fungsi pelaksanaan ini dengan menerapkan suatu konsep menarik yaitu *O to O*. konsep tersebut memiliki keterkaitan antara kegiatan online dan juga offline. Pemanfaatan konsep tersebut berdampak terhadap pelaksanaan tujuan komunitas yang akhirnya dapat mempermudah berbagai macam aspek seperti koordinasi dan yang lainnya. Jika dilihat dari konsep tersebut, Viking Frontline telah berhasil dalam melakukan arahan terhadap individu individu yang ada di dalam komunitas. Konsep tersebut dilakukan dengan koordinasi yang jelas antara pengelola media dengan seluruh anggota yang ada sehingga terciptanya langkah-langkah konkret di dalam fungsi pelaksanaan ini.

Sejauh melaksanakan fungsi pelaksanaan ini, viking frontline tidak menghadapi kendala-kendala yang rumit, hanya saja kehadiran covid-19 memberikan suatu tantangan baru bagi Viking frontline dalam menjalankan fungsi pelaksanaan tersebut. Jika dilihat dari efektivitas media komunitas selama pandemic covid ini, viking frontline termasuk komunitas yang dapat *survive* di masa- masa sulit seperti ini. Tidak berjalannya sepakbola nasional tidak membuat Viking frontline untuk berhenti mengelola media komunitas. Viking frontline tetap melaksanakan dan mengaktifkan media- media yang dimiliki. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa *podcast* yang diproduksi oleh Viking frontline mendapat peringkat 10 besar *top podcast* di Indonesia dan uniknya hal tersebut terjadi ketika pandemi covid-19 belum berakhir. Dengan adanya bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa Viking frontline dapat menangani seluruh kendala yang ada dengan melakukan langkah- langkah konkret. Langkah- langkah konkret tersebut tetap mempertimbangkan segmentasi dari media itu sendiri dan Viking frontline berhasil menerapkan hal tersebut dengan memiliki banyak pendengar di Spotify dan tetap mempertahankan eksistensinya di media social.

Keempat adalah controlling yang melakukan fungsinya dengan cara mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah dilakukan sebelumnya. Fungsi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari media komunitas itu sendiri. Fungsi pengawasan ini berperan penting didalam manajemen media massa karena fungsi ini harus memastikan kualitas media dari suatu komunitas tetap terjaga sehingga tidak adanya kekecewaan yang dirasakan oleh khalayak. (Junaedi, 2014: 46). Viking Frontline melakukan tahapan- tahapan evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui kekurangan- kekurangan di produksi sebelumnya agar bisa ditingkatkan kembali diproduksi selanjutnya. Akan tetapi Viking Frontline melakukan fungsi pengawasan ini untuk beberapa platform saja seperti spotify dan juga youtube. Untuk platform lainnya seperti Instagram dan juga twitter tidak dilakukan proses evaluasi. Jika berpacu kepada teori yang disampaikan oleh Junaedi seharusnya Viking frontline tetap melaksanakan fungsi tersebut agar dapat meningkatkan kualitas dari media itu sendiri. Jika dilihat dari konteks media yang dimiliki oleh Viking Frontline, Instagram dan twitter merupakan representatif dari komunitas Viking frontline. Dengan memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak terlebih instagram dan twitter menjadi media representative bagi komunitas, Viking frontline perlu perlu untuk melaksanakan fungsi controlling ini agar dapat memastikan kualitas dari media tersebut.

Didalam melaksanakan fungsi controlling di beberapa platform, banyak pertimbangan yang dilakukan oleh Viking frontline agar meningkatnya kualitas dari media tersebut. Adanya pertimbangan- pertimbangan tersebut dikarenakan konten yang diproduksi sebelumnya tidak mencapai batas maksimal sehingga Viking frontline terus untuk mengevaluasi dan memperbaiki kualitas konten yang diproduksi. Didalam penelitian yang berjudul *Manajemen Media Online pada Website Pasoepati.net* yang diteliti oleh Rizky Ramdhani pada tahun 2017 menyebutkan bahwa pasoepati.net melakukan fungsi controlling dengan cara melakukan evaluasi untuk mencari sebab dari kekurangan- kekurangan yang ada agar bisa kembali ke tujuan yang benar. Pasoepati.net melakukan proses evaluasi dengan memanfaatkan aplikasi whatsapp group sehingga ketika adanya proses evaluasi dilakukan di whatsapp group tersebut. Jika dilihat dari apa yang dilakukan oleh Viking Frontline, tentu Viking frontline dan pasoepati.net telah melakukan fungsi controlling dengan baik. Fungsi controlling tersebut dilakukan dengan proses- proses evaluasi yang melibatkan anggota dan memanfaatkan alternatif- alternatif yang ada sehingga dapat meningkatkan kualitas dari media itu sendiri.

Aspek selanjutnya berkaitan dengan sumber daya manusia. Di Dalam memanfaatkan sumber daya manusia ini, Viking frontline memiliki beberapa kegiatan internal yang melibatkan banyak anggota, diantaranya adalah kajian Islamiyah dan juga bermain bola. Dua kegiatan tersebut menjadi kegiatan rutin yang dilakukan oleh Viking frontline. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan silaturahmi antar anggota sehingga tercipta suatu hubungan baik yang akan berdampak kepada seluruh operasional kegiatan. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, kegiatan yang dilakukan oleh Viking frontline ini tentu merupakan suatu kegiatan positif yang dapat menimbulkan suatu kecintaan dan rasa kepemilikan terhadap komunitas karena melibatkan banyak sumber daya didalamnya. Selain itu, kegiatan- kegiatan tersebut juga dapat berpengaruh terhadap seluruh aspek yang ada di komunitas sehingga apa yang dilakukan oleh Viking frontline ini merupakan suatu langkah yang tepat dan harus dipertahankan. Unikny, kegiatan internal yang dilakukan oleh Viking frontline ini secara tidak langsung dapat mempromosikan media- media yang dimiliki oleh komunitas. Jika Viking frontline mengadakan suatu kegiatan besar dan melibatkan banyak pihak tentu akan berdampak terhadap meningkatnya *engagement* dari media yang dimiliki oleh Viking frontline karena media merupakan sumber informasi dalam mengakomodir seluruh kegiatan- kegiatan yang akan dilaksanakan.

Aspek tersebut berpengaruh terhadap aspek materi. Di Dalam menangani pembiayaan komunitas, Viking frontline memanfaatkan eksistensi media untuk mempromosikan *merchandise-merchandise* yang diproduksi oleh Viking frontline itu sendiri. Penjualan *merchandise* tersebut dilakukan demi keberlangsungan operasional komunitas. Jika dilihat di laman media sosial milik Viking frontline, banyak sekali jenis *merchandise* yang diproduksi oleh republikbobotoh dan tidak hanya bertujuan untuk menambah pemasukan bagi komunitas, terdapat beberapa *merchandise* yang ditujukan untuk penggalangan dana bagi korban bencana alam. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farhidian Anshari dkk pada tahun 2016 dengan judul *Tren Suporter Bersuara Melalui Media* menyebutkan bahwa simamaung.com memanfaatkan media yang dimiliki untuk mempromosikan *merchandise* yang diproduksi sehingga dapat membantu pembiayaan di internal simamaung.com. Jika dilihat dengan apa yang dilakukan oleh Viking Frontline, tentu simamaung dan Viking frontline ini telah memanfaatkan eksistensi media dengan baik untuk mendapatkan pemasukan bagi komunitas, akan tetapi Viking frontline memiliki satu nilai positif yang dimana tidak hanya menjual *merchandise* untuk kepentingan internal saja, tetapi Viking frontline berusaha untuk hadir di tengah-tengah masyarakat yang sedang mengalami bencana.

Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan

Saat ini media komunitas memiliki peluang yang cukup besar untuk tetap eksis di era media baru sebagai sarana pengembangan bagi masyarakat. Terbentuknya media komunitas ini biasanya berdasar kepada tuntutan-tuntutan komunitas di dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya yang salah satunya adalah informasi. (Usman, 2018:38-39). Viking Frontline memanfaatkan media yang dimiliki untuk menyuarakan kepentingan-kepentingan supporter di berbagai macam platform seperti twitter, Instagram dan juga Spotify. Ketiga platform tersebut dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Viking frontline untuk menyampaikan opini supporter kepada pihak manajemen persib dengan harapan adanya pertimbangan dari manajemen terkait suara yang disampaikan oleh supporter.

Jika dilihat dari beberapa contoh kasus yang sudah dibahas sebelumnya, Viking frontline ini termasuk media yang berpengaruh terhadap pembentukan opini publik. Dengan memanfaatkan eksistensi komunitas, Viking frontline berhasil untuk menyatukan opini supporter dalam mengkritisi kebijakan manajemen yang dinilai kurang tepat untuk diterapkan. Selain itu, banyak sekali dampak yang dihasilkan oleh pergerakan yang dilakukan melalui media Viking frontline

salah satunya adalah kebijakan- kebijakan manajemen yang mempertimbangkan suara dari supporter. Jika berpacu kepada teori yang disampaikan oleh Usman, Viking frontline berhasil memanfaatkan media komunitas sebagai saran dalam pengembangan supporter dan menjadi alternatif baru dalam menyampaikan opini sehingga dapat memenuhi kebutuhan- kebutuhan komunitas di dalam memanfaatkan media.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ihdina Binnue dengan judul *Analisis Framing Pemberitaan Merger Arema ISL dan Pelita Jaya di Situs Ongisnade.co.id dan Wearemania.net* menyebutkan bahwa situs Ongisnade.co.id memanfaatkan makna konotatif di dalam tulisannya terkait permasalahan merger tersebut agar terciptanya perasaan tidak suka pada khalayak. Sedangkan Viking Frontline tidak bertujuan untuk menciptakan rasa tidak suka terhadap permasalahan yang ada tetapi lebih kepada membangun opini yang sama sehingga pergerakan yang ada berdasarkan pemikiran kritis bobotoh. Di Dalam membangun opini tersebut, Viking frontline tetap berdasar kepada data dan fakta dengan memanfaatkan eksistensi media yang dimiliki agar terciptanya opini bersama.

Viking frontline memanfaatkan data dan fakta yang didapat untuk menyuarakan kepentingan melalui media. Viking frontline tidak khawatir atas opini yang dinilai akan merugikan manajemen karena pada dasarnya fungsi media komunitas supporter adalah untuk mengkritisi dan memperbaiki kekurangan- kekurangan tim sepakbola. Dalam faktanya, Viking frontline beberapa kali bersinggungan dengan manajemen dan sempat membuat heboh dunia maya akibat konflik tersebut *viral* di media social. Dalam hal ini Viking frontline melakukan suatu langkah yang tepat dalam memanfaatkan media sehingga berdampak terhadap perbaikan di tubuh Persib Bandung. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Farhidian Anshari dkk pada tahun 2016 dengan judul *Tren Suporter Bersuara Melalui Media* menyebutkan bahwa simamaung.com hanya memanfaatkan media yang dimiliki untuk memberitakan sisi positif dan citra positif saja terkait klub persib. Strategi tersebut dilakukan oleh simamaung agar menjaring bobotoh lebih banyak lagi. Jika dibandingkan dengan apa yang dilakukan oleh simamaung, tentu Viking frontline berada satu langkah didepan simamaung karena dapat merepresentasikan bobotoh itu sendiri dengan menyuarakan hak- hak yang dimiliki supporter untuk bersuara.

Masyarakat perlu untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menghadirkan media komunitas sebagai alat untuk menyuarakan kepentingan bagi masyarakat tersebut. Tentu media komunitas harus memperhatikan dan bertanggung jawab terhadap independensi dari konten dan isi di dalam media tersebut. Perlu diperhatikan bahwa makna independen ini diperuntukan untuk semua golongan dan tidak diperuntukan untuk kepentingan politik. (Hermanto, 2007: 249). Viking frontline selalu menentukan sikap di setiap konflik yang terjadi untuk tidak berpihak kepada siapapun. Viking frontline hanya berpihak kepada suatu hal yang dianggap baik dan dapat memberikan dampak positif bagi suporter dan klub Persib Bandung.

Jika dilihat dari beberapa contoh kasus yang telah dijelaskan sebelumnya, Viking frontline melakukan suatu langkah yang baik dalam menyuarakan kepentingan semua golongan dengan mempertimbangkan baik buruknya suatu sikap yang ditetapkan. Akan tetapi, independensi yang menjadi sikap dari Viking frontline ini beberapa kali menimbulkan tekanan dari berbagai macam pihak, Viking frontline dinilai tidak konsisten dalam menjalankan sikap tersebut sehingga banyak pihak yang mengkritisi sikap dari Viking frontline. Akan tetapi Viking frontline sendiri berusaha untuk membuktikan independensi dari Viking frontline dengan menghadirkan data dan fakta kepada pihak- pihak yang memiliki pandangan buruk terhadap Viking frontline. Jika dilihat dari sikap yang ditunjukkan oleh Viking frontline untuk tidak memihak kepada siapapun, Viking frontline telah melakukan suatu sikap yang baik dan sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Hermanto agar media komunitas bersikap independen dan diperuntukan untuk semua pihak.

Lanang dkk (2016 : 133) menyebutkan bahwa Media komunitas merupakan media yang perlu untuk dikreasi sedemikian rupa sehingga dapat memberikan ruang dan kesempatan kepada pengelola untuk mengembangkan materi yang akan diproduksi mengenai tim yang didukung. Internet ini merupakan kultur baru di zaman ini karena pola komunikasi yang dibangun pun semakin cepat. Dari banyaknya materi tentu memudahkan pengelola media dalam mengkreasi dan membagikannya secara mandiri kepada suporter dan tentunya ini menghasilkan respon yang cepat di kalangan suporter. Teknologi informasi ini memberikan kesempatan kepada siapapun untuk berpartisipasi dalam mendukung tim kebanggannya. Viking frontline memanfaatkan media komunitas untuk menyuarakan kepentingan- kepentingan yang ingin disampaikan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa media komunitas yang dimiliki oleh Viking frontline ini terbilang aktif untuk mengkritisi kebijakan- kebijakan manajemen yang dinilai kurang baik. Hal tersebut

dilakukan agar manajemen melakukan pembenahan internal secara maksimal sehingga berdampak terhadap prestasi Persib itu sendiri.

Di Setiap konten yang coba dihasilkan oleh Viking frontline selalu menimbulkan respon cepat di kalangan suporter. Banyak sekali respon yang ditunjukkan oleh bobotoh akibat konten yang diproduksi salah satunya adalah movement. Ketika Viking frontline menentukan sikap atas suatu konflik yang sedang terjadi, banyak bobotoh yang mengikuti sikap yang ditunjukkan oleh Viking frontline dan alhasil tercipta suatu movement bersama yang dilakukan secara online maupun offline. Didalam movement online, Viking frontline menciptakan suatu pola yang baik dengan menggunakan kalimat- kalimat kritis yang dipublikasikan melalui media komunitas. Setelah itu Viking frontline berusaha untuk menaikan konflik tersebut di ranah public sehingga tekanan terhadap manajemen semakin tinggi. Jika dilihat dari pola yang diterapkan, Viking frontline melakukan movement online dengan sangat baik dan menampilkan proses- proses yang terstruktur sehingga dapat berpengaruh terhadap opini publik dan kebijakan manajemen.

Stadion adalah salah satu alternatif bagi suporter dalam mengidentifikasi sebagai pendukung Persib. Di Dalam stadion, suporter juga dapat memberikan dukungan dan kritik secara langsung kepada Persib Bandung. (Hadi, 2017:141). Viking Frontline mencoba untuk mengidentifikasi komunitasnya di dalam stadion dengan menempati bagian depan tribun timur dan menggunakan kaos komunitas berwarna putih. Selain itu, bentuk dukungan ataupun kritik yang dilakukan secara kolektif oleh seluruh anggota Viking frontline selalu menarik perhatian bobotoh karena selalu menjadi pembeda di setiap pertandingan Persib bandung. Terlihat dari beberapa temuan yang telah dijelaskan sebelumnya membuat Viking frontline terbilang mudah untuk membentuk identitas komunitas di ruang lingkup bobotoh karena dengan adanya identifikasi tersebut memudahkan bobotoh untuk mengetahui dukungan atau pergerakan yang dilakukan oleh Viking Frontline.

Ketika berkaitan dengan movement yang dilakukan secara offline, Viking frontline selalu terlibat dalam tahap perumusan hingga pelaksanaan movement tersebut. Proses terjadinya movement offline ini selalu bermula dari media- media yang mengangkat konflik yang sedang terjadinya dan pada faktanya salah satu media yang paling berpengaruh terhadap movement- movement supporter adalah media yang dimiliki oleh Viking frontline. Hal tersebut terjadi karena

media yang dimiliki oleh Viking frontline ini memiliki integritas yang tinggi dikalangan bobotoh sehingga tidak sedikit terciptanya movement- movement offline tersebut berawal dari sikap yang ditunjukkan melalui media yang dimiliki oleh Viking frontline. Didalam melaksanakan movement secara offline, Viking frontline menunjukkan suatu cara efektif dengan mempertimbangkan isu dan momen yang sedang terjadi. Dengan adanya pertimbangan- pertimbangan tersebut tentu memudahkan Viking frontline dalam mengkaji dan menentukan arah dari adanya movement tersebut.

Jika dilihat dari penelitian terdahulu dengan judul *Bonek dan Sepakbola Indonesia : Gerakan Sosial Persebaya untuk Memperoleh Pengakuan PSSI* yang ditulis oleh Aditya Meidy disebutkan bahwa Bonek melakukan berbagai macam movement untuk bisa diakui oleh PSSI. Isu yang sedang terjadi pada saat itu menciptakan suatu gerakan kolektif dari suporter Persebaya seperti melakukan unjuk rasa, membuat karangan bunga, mengikuti KLB di Jakarta bahkan hingga ada pertumpahan darah demi adanya pengakuan kembali dari PSSI terkait legalitas Persebaya. Dan ketika dibandingkan dengan apa yang dilakukan oleh Viking Frontline dalam melakukan pergerakan, Viking frontline dan bonek terbilang efektif dan konsisten. Hal ini dibuktikan dengan terus menerus memberikan tekanan terhadap pihak terkait hingga permasalahan tersebut dapat terselesaikan. Jika dilihat dari bentuk pergerakannya, Viking frontline dan bonek ini relatif sama dalam melakukan pergerakannya seperti melakukan unjuk rasa lalu berdiskusi langsung dengan pihak terkait hingga membuat semacam karangan bunga ataupun spanduk-spanduk yang berisikan kritik. Selain itu Viking frontline dan bonek ini selalu melakukan pertimbangan dan beracuan kepada masalah yang sedang terjadi hingga tercipta sebuah pergerakan. Oleh karenanya pergerakan yang dilakukan oleh Viking frontline ini terbilang efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu adanya perubahan dari permasalahan yang sedang terjadi.

Selain itu Viking frontline selalu melibatkan anggota dalam membuat ide dan konsep movement yang akan dijalankan oleh suporter. Viking frontline memberikan ruang diskusi kepada seluruh anggota untuk menyampaikan ide dan konsep yang akan diterapkan didalam movement. Dengan memberikan ruang kepada seluruh anggota untuk dapat berkreasi tentu menjadi suatu nilai lebih bagi Viking frontline karena memanfaatkan sumber daya yang ada dengan melibatkan anggota anggota di setiap penerapan ide. Sayangnya Viking frontline tidak memiliki rancangan program khusus untuk meningkatkan antusiasme bobotoh dalam melakukan movement. Banyak

bobotoh yang mengikuti movement offline tersebut atas dasar kesadaran diri masing masing. Seharusnya tingginya minat bobotoh dalam melakukan movement offline tersebut bisa dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Viking frontline untuk menciptakan rancangan program. Rancangan program tersebut ditunjukkan agar partisipasi bobotoh di setiap movement semakin tinggi dan terciptanya suatu pola pikir kritis di kalangan bobotoh. Ketika pola pikir kritis tersebut menjadi suatu hal yang dibiasakan, tentu dapat berdampak baik juga bagi prestasi Persib Bandung. Manajemen akan semakin mempertimbangkan secara utuh opini dan suara yang disampaikan oleh bobotoh. Oleh karenanya rancangan program menjadi sesuatu yang perlu dipertimbangkan oleh republikbobotoh sebelum akhirnya tercipta movement- movement selanjutnya

Selain itu, movement- movement yang dilakukan oleh viking frontline ini selalu berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa banyak contoh kasus yang menunjukkan bahwa movement- movement yang dilakukan baik secara online maupun offline oleh Viking frontline, selalu berdampak terhadap kebijakan manajemen. Semakin tinggi *pressure* yang diberikan kepada manajemen, semakin besar peluang manajemen untuk mempertimbangkan opini- opini yang disampaikan oleh supporter. Dengan adanya fakta tersebut, tentu apa yang dilakukan oleh Viking frontline dengan memperhatikan dan memastikan movement sampai tujuan merupakan suatu hal yang positif bagi komunitas. Setiap movement yang dilakukan tentu bertujuan agar manajemen dapat merubah kebijakan- kebijakannya dan bisa mempertimbangkan suara yang disampaikan oleh supporter, dan Viking frontline telah berhasil mewujudkan setiap tujuan diadakannya movement. Hal ini harus selalu dipertahankan dan dikembangkan oleh Viking frontline agar kualitas dari pengelolaan klub persib semakin baik.

Terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan terkait movement- movement (online dan offline) yang dilakukan oleh Viking Frontline. Kelebihan Viking frontline didalam melaksanakan movement yang dilakukan terlihat dari efektifitas movement tersebut. Setiap movement yang dilakukan oleh Viking frontline selalu terkonsep dengan baik dengan memperhatikan ide dan konsep terlebih dahulu sebelum melakukan sebuah movement. Terdapat perencanaan- perencanaan yang menjadi bahan pertimbangan sebelum terciptanya movement tersebut. Dan dalam faktanya, perencanaan- perencanaan tersebut selalu berjalan dengan baik tanpa adanya kendala yang berarti selama melangsungkan movement tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa movement- movement yang dilakukan oleh Viking frontline selalu tepat dan efektif. Selain itu

movement yang diciptakan oleh Viking frontline ini selalu melibatkan banyak massa baik di media ataupun secara offline. Pengumpulan massa didalam movement online dilakukan dengan membuat suatu pergerakan nyata yang menarik sehingga banyak bobotoh yang mengikuti movement tersebut. Dan pengumpulan massa didalam movement yang dilakukan secara offline dilakukan dengan bekerja sama dengan seluruh komunitas- komunitas yang ada untuk meramaikan dan membantu movement tersebut. Dengan banyaknya massa tersebut tentu berdampak terhadap kebijakan- kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen. Berubahnya suatu kebijakan manajemen yang diakibatkan oleh pergerakan Viking frontline menjadi suatu kelebihan tersendiri bagi Viking frontline karena hal tersebut merupakan tujuan utama dari kritik yang disampaikan melalui movement.

Dan ketika berkaitan dengan kekurangan Viking frontline dalam menjalankan movement movementnya, terdapat beberapa kegiatan yang seharusnya bisa dimanfaatkan oleh Viking frontline untuk meningkatkan minat supporter dalam melakukan movement, salah satu kegiatan yang tidak dimaksimalkan oleh Viking frontline adalah membuat rancangan program. Seharusnya Viking frontline bisa memaksimalkan tingkat partisipasi bobotoh untuk menciptakan rancangan program bagi bobotoh sehingga bisa berdampak juga terhadap pola pikir kritis yang dilakukan oleh bobotoh. Kekurangan yang lain didalam melaksanakan movement ini adalah pemanfaatan media Instagram sebagai alternatif movement bagi bobotoh. Ketika terjadinya movement secara online tentu media sangat berperan aktif didalamnya. Sejauh ini Viking frontline hanya memaksimalkan fungsi twitter untuk melakukan movement- movement tersebut. Seharusnya Viking frontline dapat memaksimalkan fungsi instagram untuk melakukan movement movement tersebut. Hal ini penting untuk dilakukan agar movement yang dilakukan dapat meluas di seluruh media yang ada. Dan ketika seluruh media melakukan movement secara kolaboratif tentu dapat berdampak terhadap kebijakan kebijakan manajemen karena *pressure* yang diterima oleh manajemen semakin tinggi.

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terkait Pengelolaan Media Komunitas Guna Menyuarakan Kepentingan Suporter Klub Sepakbola Lokal, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

Republikbobotoh merupakan media alternatif atau pendukung Persib Bandung yang merepresentasikan bobotoh secara utuh. Media utama yang dimiliki oleh republikbobotoh adalah website dengan nama republikbobotoh.com yang berfungsi untuk memberikan informasi seputar sepakbola terutama Persib Bandung dan menjadi media alternatif bagi bobotoh untuk mengkritisi konflik- konflik yang ada. Selain itu, republikbobotoh juga memanfaatkan Instagram dan twitter sebagai sarana dalam memperluas tulisan yang telah diproduksi. Sedangkan Viking Frontline adalah sebuah komunitas suporter Persib Bandung yang merupakan salah satu distrik dari Viking Persib Club. Sama halnya dengan republikbobotoh, Viking Frontline juga memanfaatkan beberapa media sebagai media milik komunitas. Media tersebut menjadi sarana representatif bagi Viking frontline di media social. Selain itu, media yang dimiliki oleh Viking frontline dimanfaatkan untuk memberikan informasi seputar Persib Bandung, lalu penentuan sikap terhadap isu yang sedang terjadi dan mengkritisi konflik- konflik yang sedang terjadi. Beberapa media yang digunakan diantaranya adalah twitter, Instagram, youtube dan juga Spotify.

Di Dalam prosesnya, Republikbobotoh dan Viking Frontline melakukan fungsi- fungsi dari manajemen media yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Fungsi perencanaan yang dilakukan oleh republikbobotoh dan juga Viking frontline selalu mempertimbangkan ide dan konsep yang berkaitan dengan konflik terkini. Dengan mempertimbangkan isu yang sedang ramai di internal maupun eksternal Persib Bandung, memberikan ketertarikan tersendiri bagi bobotoh dalam mengonsumsi konten- konten yang diproduksi oleh republikbobotoh dan juga Viking Frontline. Ide dan konsep yang dijalankan oleh republikbobotoh bersifat situasional sesuai dengan apa yang sedang terjadi. Pertimbangan tersebut tentu menjadi satu nilai positif tersendiri bagi republikbobotoh untuk meningkatkan *traffic* di laman website republikbobotoh.com. Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh republikbobotoh, dalam menciptakan ide dan konsep Viking frontline bersifat situasional dengan

mempertimbangkan isu yang sedang ramai diperbincangkan baik di internal maupun eksternal Persib Bandung. Hal ini dilakukan agar terciptanya suatu konten yang dapat mempengaruhi opini-opini dari bobotoh itu sendiri. Selain itu dalam melaksanakan fungsi perencanaan tersebut, keduanya selalu memperhatikan kematangan ide dan konsep yang sedang digagas agar meminimalisir kejadian-kejadian yang tidak terduga dan terbukti keduanya jarang sekali mendapatkan kendala yang berarti selama melaksanakan fungsi perencanaan tersebut.

Yang selanjutnya adalah fungsi pengorganisasian yang dilakukan oleh republikbobotoh dan juga viking frontline. Di Dalam fungsi pengorganisasian ini keduanya menciptakan suatu skema terkoordinir dengan caranya masing-masing. Republikbobotoh memanfaatkan bidang kerja dan banyaknya sumber daya manusia di dalam menjalankan fungsi pengorganisasian ini. Republikbobotoh memanfaatkan reporter untuk mencari dan menghubungi narasumber agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan lalu editor untuk mengubah hasil wawancara menjadi suatu tulisan yang baik dan senior editor untuk melakukan final editing. Sedangkan Viking frontline didalam melaksanakan fungsi pengorganisasian ini hanya memanfaatkan beberapa orang saja karena keterbatasan sumber daya yang ada. Meskipun sumber daya yang berpartisipasi di dalam fungsi organisasi ini terbilang sedikit, Viking Frontline berhasil untuk menciptakan skema yang terkoordinir hingga konten-konten yang tercipta sangat berkualitas dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh komunitas.

Di Dalam fungsi pelaksanaan, Republikbobotoh dan Viking Frontline mengimplementasikan ide dan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Republikbobotoh melaksanakan fungsi pelaksanaan ini dengan baik. Republikbobotoh mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan terburuk dengan mempersiapkan langkah-langkah konkrit jika terjadi suatu kendala yang tidak diinginkan. Selama melaksanakan fungsi pelaksanaan ini, kendala-kendala tersebut beberapa kali terjadi saat produksi atau pasca produksi karena secara fundamental kedua waktu tersebut sangatlah penting didalam menciptakan suatu konten. Akan tetapi sejauh ini republikbobotoh dapat mengatasi kendala-kendala tersebut dengan baik sehingga tetap sampai pada tujuannya. Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh republikbobotoh, Viking Frontline selalu melakukan fungsi pelaksanaan dengan baik. Jarang sekali terkena kendala-kendala yang berpengaruh terhadap tujuan yang ingin dicapai. Uniknyanya di dalam fungsi pelaksanaan ini Viking Frontline menerapkan suatu konsep yang dinamai konsep *O to O* yaitu

Online to Offline ataupun sebaliknya. Konsep ini menjelaskan keterikatan suatu agenda yang dilakukan secara online maupun offline sehingga terdapat kesinambungan antara keduanya. Tentu hal ini dilakukan dengan memperhatikan koordinasi antar pengurus agar konsep tersebut dapat terlaksana dengan baik

Selanjutnya adalah fungsi pengawasan. Di Dalam fungsi pengawasan ini, republikbobotoh menerapkan proses evaluasi didalamnya dengan melibatkan bidang kerja yang ada sehingga proses evaluasi ini tidak dilakukan secara individual. Proses evaluasi yang dilakukan oleh republikbobotoh juga selalu mempertimbangkan kritik dan masukan yang disampaikan oleh bobotoh di laman komentar yang disediakan sehingga bisa dikatakan bahwa dalam proses evaluasi ini bobotoh ikut berperan didalamnya agar terjadinya perbaikan untuk konten- konten selanjutnya. Sama halnya dengan republikbobotoh, Viking frontline menerapkan proses evaluasi di setiap konten yang telah diproduksi akan tetapi proses evaluasi ini hanya dilakukan di beberapa platform saja seperti Spotify dan youtube, sedangkan untuk Instagram dan twitter tidak dilakukan proses evaluasi. Didalam melaksanakan proses evaluasi ini, Viking frontline mempertimbangkan berbagai macam aspek salah satunya adalah kepuasan bobotoh terhadap konten yang diproduksi yang mencangkup perihal keikutsertaan narasumber di dalam konten yang diproduksi dan juga tema yang akan dibahas di dalam konten tersebut.

Di Dalam menyuarkan kepentingan supporter ini, kedua komunitas memiliki karakteristik masing- masing yang menjadi ciri khas di dalam menyuarkan kepentingan- kepentingan suporter. Republikbobotoh memanfaatkan proses literasi untuk menyuarkan kepentingan- kepentingan suporter yang dalam hal ini adalah tulisan yang dipublikasikan melalui website republikbobotoh.com sedangkan Viking frontline memanfaatkan movement baik secara online maupun offline sebagai alternatif dalam menyuarkan kepentingan- kepentingan supporter. Proses literasi yang dilakukan oleh republikbobotoh bertujuan untuk mengkritisi konflik- konflik yang sedang terjadi dengan melibatkan semangat literasi yang ditunjukkan oleh bobotoh. Republikbobotoh menyediakan alternatif bagi bobotoh untuk ikut serta dalam proses literasi ini yaitu *gorowok bobotoh*. *Gorowok Bobotoh* menyediakan ruang tersendiri bagi bobotoh dalam menciptakan suatu literasi yang bertujuan untuk mengkritisi isu atau konflik yang sedang terjadi baik di internal maupun eksternal Persib Bandung.

Berbeda dengan apa yang dilakukan oleh republikbobotoh, di dalam memanfaatkan media, Viking Frontline menjadikan movement sebagai alternatif dalam menyuarakan kepentingan-kepentingan supporter. Movement yang dilakukan oleh Viking frontline terjadi di dua tempat yaitu online dan juga offline. Didalam melakukan pergerakan secara online, Viking frontline memanfaatkan hashtag di twitter sebagai alternatif dalam mengkritisi konflik yang sedang terjadi. Hastag tersebut bertujuan untuk membangun opini publik terhadap konflik tersebut sehingga semakin banyak *pressure* yang ditujukan kepada objek. Dan terbukti dengan melakukan pergerakan secara online, Viking frontline berhasil untuk mengubah kebijakan- kebijakan manajemen yang dinilai kontroversi.

Sedangkan untuk movement yang dilakukan secara offline, Viking frontline memanfaatkan kerja sama dengan komunitas lainnya agar movement tersebut dapat dihadiri oleh massa yang banyak. Viking frontline ini selalu menjadi *game changer* disetiap movement yang dilakukan karena ide dan konsep movement selalu berawal dari Viking Frontline dengan tetap memperhatikan data dan fakta atas konflik yang sedang terjadi. Tidak hanya pergerakan secara online saja yang berpengaruh terhadap kebijakan manajemen, pergerakan secara offline pun berhasil dalam mempengaruhi manajemen untuk mempertimbangkan hak- hak dan suara supporter.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti mengalami beberapa keterbatasan saat melakukan penelitian ini dikarenakan penelitian ini dilakukan saat pandemi Covid 19. Salah satu keterbatasan yang didapat adalah saat proses pengambilan data dari narasumber yang tetap harus mempertimbangkan jadwal dari narasumber, memperhatikan kondisi Covid 19 dan adanya keterbatasan waktu sehingga berpengaruh terhadap proses penelitan yang dilakukan oleh peneliti

C. Saran

1. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya apabila ingin melanjutkan dan mengembangkan kembali penelitian sebelumnya terkait pengelolaan media komunitas guna menyuarakan kepentingan suporter klub sepakbola lokal, diharapkan dapat memperdalam temuan dan

teori yang digunakan. Selain itu diharapkan juga dapat memberikan sudut pandang lain dengan mendapatkan data melalui manajemen klub agar dapat menganalisa secara utuh bagaimana dampak yang dirasakan oleh manajemen akibat movement yang dilakukan oleh supporter baik secara offline dan juga online.

2. Diharapkan kepada Viking Frontline agar bisa mengaktifkan kembali peran media Instagram sebagai alternatif media komunitas
3. Diharapkan kepada Viking Frontline untuk bisa memaksimalkan banyaknya SDM dalam memproduksi sebuah konten sehingga terciptanya sebuah konten atas kinerja bersama
4. Diharapkan kepada Viking frontline untuk memanfaatkan proses evaluasi sebagai alternatif dalam mempertimbangkan konten- konten selanjutnya di seluruh media yang dimiliki oleh komunitas
5. Diharapkan kepada republikbobotoh untuk dapat memaksimalkan peran media yang dimiliki untuk memperluas sumber dana demi keberlangsungan media komunitas
6. Diharapkan kepada republikbobotoh untuk menciptakan kegiatan internal untuk menularkan kemauan supporter dalam beliterasi agar meningkatnya partisipasi supporter dalam mendukung Persib Bandung melalui proses literasi.

Daftar Pustaka

- Sepda, Dianita Luschinta (2018) “*Supporter Sebagai Identitas Klub*”. Footall-tribe.com. 17 April 2018. (URL : <https://football-tribe.com/indonesia/2018/04/17/suporter-sebagai-identitas-klub/>. Diakses pada 22 April 2020)
- Lanang, Achmad, dkk (2016). *Sepak Bola 2.0*. (Editor : Sirajudin Hasbi dan Ferry Triadias Sasono) Yogyakarta : Fandom
- Junaedi, Fajar (2017) “Berawal dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepakbola: Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepakbola” *Mediamorfosa: Transformasi Media Komunikasi di Indonesia* (Editor: Fajar Junaedi). Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta
- Aranditio, Stefanus. “25 Ranking Popularitas Media Sosial Klub di Dunia, Persib Kalahkan Tottenham dan AS Roma”. Bolasport.com. 25 Juli 2017. (URL: <https://www.bolasport.com/read/311368695/25-ranking-popularitas-media-sosial-klub-di-dunia-persib-kalahkan-tottenham-dan-as-roma>. 2 Maret 2020)
- Pratama, Faisal Rizki “Menengok Kembali Liga Persib Yang Pecahkan Rekor Dunia Sepakbola”. Bolasport.com. 14 Mei 2020. (URL: <https://www.bolasport.com/read/312151373/menengok-kembali-liga-persib-yang-pecahkan-rekor-dunia-sepak-bola> 21 Mei 2021)
- Setiawan, Arif “Duel Persija Vs Persib 2019 Jadi Liga Dengan Penonton Terbanyak, Bahkan Kalahkan Final Liga Champions”. Bolasport.com. 19 Mei 2020 (URL: <https://www.bolasport.com/read/312158940/duel-persija-vs-persib-2019-jadi-liga-dengan-penonton-terbanyak-bahkan-kalahkan-final-liga-champions> 21 Mei 2021)
- Prastya, Narayana Mahendra (2014)“*Geliat Surat Kabar Harian Olahraga di Indonesia*” Vol 6. Nomor 01 (URL: <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/215> . Tanggal akses: 21 April 2021)
- Budraitis, Erildas (2016) “*Sports Fan Empowerment Through Social Web*” (URL: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8878629&fileId=8878635> tanggal akses : 19 Maret 2020)
- Anshari, Fauzia dan Yuliana Funky.(2016) “*Tren Supporter Bersuara Melalui Media Meraba Strategi Eksistensi Media Kreasi Bobotoh Persib Bandung*” (URL:

<http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/7014211002154994387312February2019.pdf>. Tanggal akses: 10 Maret 2020)

Ramadhani, Rizki (2017) “*Manajemen Media Online pada Website Pasoepati.net*” (URL:<http://eprints.ums.ac.id/57912/>. Tanggal akses: 23 Maret 2020)

Gunawan dan Benni Setiawan (2019) “*Manajemen Media Komunitas Sleman Football*” (URL: <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ilkom/article/view/15808>. Tanggal akses: 23 Maret 2020)

Purwastya, Syafira Nabilah (2019) “*Aktivitas Football Family di Kota Solo dalam Memberikan Kampanye Edukasi kepada Supporter Sepakbola Lokal(Studi Terhadap Klub Persis Solo, DPP Pasoepati dan media komunitas pasoepati.net)*”. Skripsi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia (URL:<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/17502>. Tanggal akses : 23 Maret 2020)

Binnue, Ihdina (2012) “*Analisis Framing Pemberitaan Merger Arema ISL dan Pelita Jaya di Situs Ongisnade.co.id dan Wearemania.net*” (URL: https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Framing+Pemberitaan+Merger+Arema+ISL+dan+Pelita+Jaya+di+Situs+Ongisnade.co.id+dan+Wearemania.net%2C%E2%80%9D&btnG= tanggal akses : 19 April 2020).

Irsyandy, Aditya Meidy (2018) “*Bonek dan Sepakbola Indonesia : Gerakan Sosial Persebaya untuk Memperoleh Pengakuan PSSI*” (URL: http://repository.unair.ac.id/75015/3/JURNAL_Fis.P.63%2018%20Irs%20b.pdf tanggal akses: 14 April 2021)

Hadi, Aulia (2017) “*Bobotoh Persib Dan Konstruksi Identitas di Era Digital*” Jurnal Masyarakat dan Budaya, Volume 19 Nomor 1. (URL: <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/434/328>. Tanggal akses : 14 April 2021)

Rustan, Ahmad Sultra dan Nurhakki hakki (2017) “*Prinsip dan Perspektif Komunikasi*” *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Grup Penerbitan CV Budi Utama.

Prasetyanti, Dhenok Esti (2018) “*Manajemen Redaksi Media Online Tirto.id dalam Upaya Mewujudkan Jurnalisme Data*”. Skripsi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia (URL : <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12738>. Diakses pada : 21 April 2020)

- Sumarto, Hetifah Sj (2003) “Capaian dan Pengalaman” *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governence*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Junaedi, Fajar (2014) “Memahami Manajemen” *Manajemen Media Massa*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta
- Wendratama, Engelbertus (2017) “*Jurnalisme Online Panduan Membuat Konten yang Berkualitas dan Menarik*”. Sleman : Penerbit B First.
- Usman (2018) “*Peranan Media Komunitas di Tengah Arus Global Media Dalam Pengembangan Masyarakat*”
(<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ziamFD4H2uUJ:https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/tathwir/article/download/41/41+&cd=9&hl=en&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d> Tanggal akses 5 Juni 2021)
- Bappenas (2008) “*Pengembangan Media Komunitas*” (URL : <https://www.bappenas.go.id/data-dan-informasi-utama/949-pengembangan-media-komunitas/>. Diakses pada 21 April 2020).
- Putra, Ferdhi F (2016) “*Optimisme Media Komunitas di Era Media Baru*”. Remotivi. 3 Februari 2016. (URL: <http://www.remotivi.or.id/amatan/258/optimisme-media-komunitas-di-era-media-baru>. Diakses pada 21 April 2020)
- Birowo, Antonius Birowo dkk. (2016) “Internet dan tantangan media komunitas” dan “kekurangan dan kelebihan media baru” *Pergulatan Media Komuntas di Tengah Arus Media Baru*. Yogyakarta :Combine Resource Institution
- Hermanto, Budhi (2007) “*Televisi Komunitas : Media Pemberdayaan Masyarakat*”. Vol 2, No 1. (URL : <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/5627>. Diakses pada 1 Juni 2020)
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan (2018). “Konsep dasar penelitian kualitatif” *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Editor : Ella Deffi Lestari) Sukabumi : CV Jejak.
- West, Richard dan Lynn H. Turner (2008) “Paradigma: Bagaimana anda memandang dunia ?” *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. (Editor: Nina Setyaningsih) Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.

Sumber Gambar

<https://images.app.goo.gl/aS1etoRsePhNiAbt6> (Logo Republikbobotoh)

<https://images.app.goo.gl/G8HGShXCQgaPfrMi6> (Logo Viking Frontline)



Lampiran

Wawancara Republikbobotoh – Firman Fauzi (Senior Editor Republikbobotoh)

P : Nama saya ridho a dari uii kebetulan lagi ngelanjutin penelitian judulnya itu tentang pengelolaan media komunitas guna pemberdayaan supporter klub sepakbola lokal.

N : hmm

P : Jadi sebenarnya kaya gini si a yang pengen saya teliti itu *concern* yang *movement* dilakuin sama supporter pengaruh media itu seperti apa gitu, mungkin aa nya boleh perkenalkan diri dulu

N : Nama saya Firman Fauzi S.I.Kom biasa dipanggil dari dulu sih mungki

P : oke siap a, kalau misalkan disini jadi apa a di republik bobotoh ?

N : saya di republikbobotoh awalnya jadi reporter naik jadi editor sekarang posisinya senior editor

P: berarti emang bertanggung jawab penuh dong atas ininya republic bobotoh ?

N : Engga jadi ini saya itu apa ya sekarang itu jobdesnya edit edit tulisan aja yang dikasih reporter atau saya bikin editorial; bikin apa

P : oh berarti cuman edit edit aja ?

N : heeh cuman edit edit aja, edit upload edit upload, nyunting lah kalau sekarang kalau dari dulu sih kurang dari 10 tahun 8 tahunan reporter

P : berarti setelah itu udah editor :

N : iya udah editor aja terus senior editor

P : nah saya mau tanya nih, kan kalau misalnya kita ngomongin republic bobotoh kemarin sempet bilang kalau republikbobotoh itu media komunitas kan ya ?

N : iya, media yang didirikan oleh komunitas sama seperti simamaung, bobotoh id dan yang lainnya kaya football.com, jadi kan karena di bandung iutu menurut saya orang yang tertarik sama literasi lebih spesifiknya persib sangat banyak dho dari dulu apa ya memang senang aja literasi seperti itu menceritakan ya bagaimana perjalanan panjang persib itu bagaimana kultur mendukung

persib dari dulu itu tulisan tulisannya. ridho tau pasti kalau dulu itu dari tahun 60 an itu ada naskah naskah yang seperti sekarang media media lama

P : berarti emang dasarnya itu lebih kaya pengen mendukung persib tapi dengan cara literasi mungkin ya ?

N : betul betul

P : nah misalkan pas bikin kontennya nih a kalau misalkan kita liat kalau konten konten di republic bobotoh kan ada beberapa yang kaya kutipan langsung wawancara dengan pemain persib, biasanya tuh ada tahapan ini gak sih a itu tuh kaya manajemen redaksional, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, jadi sebelum konten itu dibuat ada perencanaannya dulu nih ?

N : jadi kan kalau ngomongin masalah itu kita ngomongin juga tradisi reportase persib kalau di sepakbola biasanya seperti itu dho, saya yakin di kota kota lain sepoerti itu dimana kalau kita ngebuat media spesifik sepakbola lokal didaerahnya di kota, kita harus tau jadwal persib dulu, kalau di bandung kalau di Jakarta kita harus tahu dulu jadwa persija, di Surabaya harus tau dulu jadwal persebaya gitu jadi kan yng kita lakukan sekarang itu media yang memberitakan sehari hari tim persib bandung. Setiap kegiatan yang dilakukanh persib bandung, latihan lah apa pertandingan pasti selalu kita ikutin, nah jadi disini fungsi reporter itu terus melakukan reportase tentang kegiatan persib sehari hari, redaksional nya berhubungan dengan media officer persib, jadi kita setiap kalau kultur jurnalistik di bandung itu kita wartawan reporter, wartawan, videographer itu dibuatkan grup sama media officer persib jadi setiap hari kita dikasih tau persib latihan jam segini jam segini jam segini, dimana dimana dimana

P : berarti ada ?

N : Ada, jadi kalau misalnya ngomongin perencanaan kalau kaya news gitu saya kira dikantor saya gak ada tentang perencanaan karena setiap hari kita selalu ngikutin persib kecuali kita ngegarap rubrikasi yang lain misalnya bikin profile wander luiz yaudah kita harus merencanakan itu karena itu bukan news itu buat liputan khusus pengen ngebedah pengen kepo pengen tahu perjalanan karir wander luiz ya itu kita harus direncanakan

P : Berarti e tahapan manajemen redaksional itu kadang ada kadang enggak tergantung apa yang diangkat ?

N : ya betul tergantung rubrikasi apa yang mau kita angkat.

P : nah a biasanya kalau misalnya akhirnya pas mau bikin konten nih gimana sih cara buat dapetin idenya dan biasanya tuh konten yang diangkat tuh selalu isu terkini gak sih atau konflik terkini

N : enggak sih, itu mah situasional kita, kalau misalnya kaya sekarang nih ya yang lagi anget liga 1 gagal di gelar, ya pasti semua orang ngebahasnya itu, pasti semua orang nanya nanya dari mulai ke federasi ke pemain ke pelatih ke manajemen pasti tentang itu bahasannya kalau misal pun ada topik yang gak situasional, kita biasanya kalau di Bandung itu bobotoh itu senengnya sejarah yak arena banyak yang generasi- generasi milenial yang gak tau gimana kejayaan Persib yang waktu itu, kalau kita kasih konten yang tentang sejarah pada suka mereka, kalau di Bandung seperti itu ya

P: Berarti bahasannya itu situasional ya a ?

N : iya situasional

P : ide tercipta juga itu dari apapun yang lagi terjadi ya a ?

N : iya betul

P : nah kalau misalkan kita ngomongin konten nih a kan konten tuh kadang bisa ngidentifikasi oh konten ini berpihak kemana nih semisal konten ini lagi berpihak ke supporter ataupun konten ini lagi berpihak ke Persibnya gitu, nah cara ngidentifikasi keberpihakan konten dari Republik Bobotoh gimana tuh a ?

N : kalau kita sih kan tujuannya dari awal kepentingannya hanya untuk Persib dan Bobotoh, jadi kita berusaha untuk netral gak ada di kubu a atau kubu b gitu, kita sih enggak dari awal didirikannya Republik Bobotoh gak *ngejudge* kita tuh berpihak ke Persib atau ke Bobotoh enggak, jadi apa ya enjoy aja sih gak ada kepentingan, kepentingan kita mah memberitakan seputar Persib dan Bobotoh aja sih gak ada keberpihakan media.

P : kan biasanya media komunitas yang diangkatnya untuk tetap identifikasi kepentingan komunitas, misalnya kaya gitu ya tapi kalau semisal di Republik Bobotoh emang independen antara Persib dan supporter ?

N ; iya independen, kecuali sebelum Republik Bobotoh yang kemarin saya ceritain karena kan Republik Bobotoh itu mengalami fase panjang bagaimana berganti nama transisi dari

vikingpersib.co.id menjadi republikbobotoh. Kalau dulu kita itu kan vikingpersib.co.id itu agenda settingnya itu adalah agenda setting propaganda Viking, jadi mau gak mau kita harus ngemas si Viking itu dengan citra yang bagus. Missal contoh kasus yah manajemen krisis ketika di Bekasi ada bentrokan Viking sana dan The jak sana, otomatis itu kan viral kan, jaman sekarang kan anak sd juga udah bisa kaya instagraman, itu tugas si Viking itu bagaimana membuat citra yang bagus buat si Viking karena itu kepentingannya Viking propaganda Viking. Contoh kasus terakhir haringga yam au gak mau kita harus ngebelanya lewat Vikingpersib.co.id.

P : Nah kalau misalnya konflik antar supporter itu a, republikbobotoh sendiri belum tentu pasti ada di pihak supporter persib gitu ?

N : Kita kalau yang sensitive seperti itu karena sudah berganti nama gak ngangkat isu isu yang seperti itu karena apa ya kalau menurut saya gitu dan teman teman di republikbobotoh juga kalau kita memberitakan seperti itu, itu kalau menurut saya *Big Red* lah, ketika kita memberitakan hal negative tentang wajah kelam tentang supporter Indonesia itu akan semakin menumbuhkan kebencian, misalnya saya gak suka sama tim a, kamu gak suka sama tim b, terus saya memberitakan kejelekan tim b, iya karena saya tuh selalu punya pikiran gini apa yang kita tulis itu yang akan dipertanggung jawabkan nanti, misalkan ada kasus *match fixing* nih diluar persib, kasusnya pss sleman misalnya sama borneo fc yang dulu heboh itu yang mau promosi, kita nulis misalnya memberitakan keburukan tim orang, naik nih beritanya terus viral, otomatis banyak yang bully kan, secara gak langsung itu udah menumbuhkan kebencian diantara supporter jadi kit amah gak *concern* seperti itu. Itu mah yang ngangkat ngangkat seperti itu mah akun akun ig yang gak jelas aja lah gitu hehehe sekarang kan banyak. Jadi menurut etika media sih enggak masuk kalau menurut saya

P : nah kalau misalkan konten nih a yang pernah aa angkat kan pasti ada planningnya, pernah gak sih a yang tiba tiba planningnya itu gagal harus diganti secara tiba tiba, semisal aa pengen naikin konten tentang bandung darurat sepakbola oh tapi ternyata pas di *up* gagal nih gak sesuai ekspektasi, pernah gak sih diubah gitu a redaksinya, planningnya, tulisannya ?

N : pernah pernah, kalau di media sih kan ketika kita menemui narasumber gak semua narasumbernya yang apa ya bukan *friendly*, karena orang itu beda beda ya ketika misalkan janji gtu kaya ridho janji sama saya, tiba tiba saya gak bisa gitu sedangkan ini kejar tayang otomatis kita harus punya *plan b*

P : Sering kaya gitu a ?

N : Sering kaya gitu misalkan saya pengen liputan khusus sama manajer persib misalnya Hj.Umuh Muchtar yang dulu, tiba tiba pak haji umuh ada acara di tempat anu yang membuat kita tidak memungkinkan melakukan interview eksklusif, ya kita harus puter otak plan b nya seperti apa, kalau mungkin kaya sekarang jaman jamannya *podcast*, apalagi beberapa media sekarang udah berani membuat konten yang *live streaming* itu berabe banget, karena saya dulu pernah sebelum republikbobotoh ini yang vikingpersib.co.id itu punya program *live streaming* setiap hari rabu dimana topik dan isu isu terhangat kita kemas disitu itu digarapnya secara bagus karena *shootingnya* juga ditempat yang bagus, kebetulan satu hari narsum gak bisa ya akhirnya kalau *live streaming* seperti itu udah gak bisa *plan b*, itu pinter pinter gimana si pembawa acara ngangkat isunya karena waktu itu program *live streamingnya* republikbobotoh tapi kita masih vikingpersib.co.id dan itu tahun lalu, makanya belajar dari situ kita setelahnya gak pernah mengundang narsum satu orang karena kita gak tahu nantinya gimana.

P : saya mau tanya lagi nih a, apa aja sih bidang kerja apa saja yang terlibat dalam membuat suatu konten

N : kalau berita udah jelas harus ada reporter melobi narasumber, dari reporter misalkan redaksionalnya dikirim ke editor, terus kalau semisal gak perlu diedit edit lagi sama senior editor udah edit lagi sedikit seperti itu dan *final* nya pasti di editor

P : oh gak perlu sampe ke ketua gitu a ?

N : enggak enggak perlu, gak seribet itu kok media online tuh kecuali cetak ya kalau cetak pasti seperti itu harus dari pemred kalau online tuh yang saya sudah lakuin gak seperti itu, jadi reporter punya bahan karena tulisan mentah ya mesti disunting dan diedit lagi baru naik gak seribet itu karena kan berbicara media online berbicara tentang kecepatan sedangkan ini di persib nih sekarang itu media media komunitas itu sekarang udah gak bisa ngegarap eksklusif sejak tahun 2018 jadi disitu dituntut kecepatan ketika kita punya materi wawancara semisal pelatih Robert Alberts nih hari ini wawancara jam 11 beres kali mah lima belas menit, 11.15 butuh waktu *translate* 15 menit itu udah langsung harus *up* semua seperti itu karena kita gak boleh ngambil eksklusif, jadi setiap hari kita disodorkan semisal satu pelatih satu pemain, kalau dulu gak seperti itu gak ada *blocking blocking* seperti itu, jadi kita misalkan beres latihan, ah mau wawancara

misalkan siapa ya wawancara Febry Hariyadi ambil, mau wawancara misalkan victor Igbonefo ambil, kalau skearang dimulai dari 2018 gak bisa lagi, media officer yang setiap hari nyodorin satu pelatih satu pemain, tapi menurut saya itu sangat wajar klub itu memang harus eksklusif mulai dari pemberitaan mulai dari konten apapun itu harus eksklusif karena diluar negeri pun sama seperti itu, makanya kalau di luar negeri kaya skysport kaya guardian gitu mereka kebanyakan opini doing karena akses untuk ngeliput tim sepakbola sangat sangat sulit sekali, baca coba sekarang rata rata kaya opini doing gak ada *source* nya dari mana karena sepenghlihatan mereka dilapangan, jadi memang klub tuh harus seekklusif itu dan ini tantangan juga buat saya, tantangan buat jurnalis.

P :biasanya tuh a misalkan pas bikin konten nih a yang bikin sulit tuh apa sih a ?

N : *problemnya* itu pasti kebanyakan pas diproduksi sama pasca produksi, kalau pra produksi itu kan Cuma beride konsep dan yang lainnya, ketika produksi pasti aja ada kendala pasti saya yakin pasti mau media apapun itu mau cetak atau yang lainnya. kalau yang pasca produksinya pasti selalu ada juga kendalanya, gini deh misalnya kita mau produksi dan ngeliput mantan pemain persib *let's say* Atep, kita punya pra produksi pengen ngangkat cianjurnya dengan nama Atep misalkan *made in Cianjur*, udah kita *plan* waktu *shooting* kapan, timelinenya kita buat, pertanyaannya kita buat, produksi ya oke udah produksi terus pas pasca produksi salah satu filenya ilang gimana coba ? gak mungkin kan kita *re-take* ya seperti itulah mungkin gambarannya

P :tapi boleh gak sih a kalau semisal ada file ilang terus masukin yang emang sekiranya oh dulu Atep ngomongnya gini nih, bisa gak a ?

N : bisa saja, nanti dikemasnya melalui *voice offer* terus paling sisanya foto foto atep atau gimana bisa kan seperti itu lah contohnya

P: Nah kalau misalkan konten yang dibuat sama republikbobotoh nih a sering sesuai dengan tujuan gak sih a yang memang tujuan republikbobotoh itu adalah ini yang semisal tadi pengen ngedukung Persib melalui literasi, itu tuh konten yang dibuat selalubertujuan kesana atau kadang kaya Viking Frontline kemarin ?

N : Bedanya Frontline sama Republikbobotoh, Frontline itu kan komunitas supporter kalau kita kan media, jadi pasti selalu mengambil dari beberapa sudut pandang, gak mungkin kita ngejokes terus misalkan gakmungkin republikbobotoh ngejokes, mau konten media sosialnya ngejokes gak

mungkin karena kita media resmi jadi memang seperti media media lain pasti pengemasan media sosialnya kaku jadi paling pantulan berita doing.

P : jadi sewajarnya media berjalan aja gitu ya a ?

N : ya betul betul karena ada etika media didalamnya.

P : kalau masuk jadi jurnalis republikbobotoh itu ada etika jurnalisnya gitu gitu berarti ya a ?

N : iya iya ada pasti semisal kalau narasumber mau *off the record* ya haruslah kita jadi ada hak jawab hak klarifikasi dan yang lainnya, ketika kita memberitakan minor tentang persib, persibnya sakit hati misalnya ya tinggal mereka klarifikasi karena kalau menjadi media pendukung pasti ada satu titik dimana kita mengkritisi kebijakan-kebijakan manajemen persib karena kita juga kan sebagai supporter bikin media pengan yang bagus buat persibnya, pasti ada seperti itu

P: nah kalau semisal nih a konten yang dibuat itu gak sesuai dengan tujuan awal adanya republic bobotoh a, bisanya apa yang dilakuin a ?.

N : ini nih saya ngomongin soal pandemi, semua sektor kena pandemic itu, kalau kita dulu berbicara kualitas misalkan konten youtube, sekarang bicarannya kuantitas dimana youtube itu sekarang kan udah ya *monetization*, misalkan kita punya 50.000 *subscriber* yang harus kita kasih konten setiap hari mau gak mau kita kejar kuantitas bukan kualitas lagi apalagi dimasa pandemi ini pemasukannya berkurang kita harus ngedapetin uang dari manapun itu bagaimana pun caranya ya gitu lah dan segmentasi pasar kita juga udah jelas bobotoh gak usah riset riset dalem dalem lagi

P : nah paling risetnya lebih ke kontennya aja ya a ? semisala kontennya pengen tentang sejarah persib biar banyak yang lihat gitu a ?

N: iya sekarang jadia receh receh gitu ya gak salah juga karena situasinya seperti ini dimana ini sedikit ngomongin maslaah finansial republikbobotoh nih, gara gara pandemic kita kehilangan beberapa *client* nih, kita misalkan udah sepakat dengan *client* yang nominalnya sekian tapi pencairannya *dicut* 50% gara gara pandemic, jadi otomatis karena di perusahaan ini tuh banyak yang hidup dari perusahaan ini mau gak mau kan harus banting tulang harus mikir lagi gimana caranya semua karyawan tetap kegaji, misalkan dengan regulasi pemotongan gaji 20% 30% tapi tetep dari pada gak digaji sama sekali dari pada perusahaannya bangkrut jadinya mau gak mau kita harus berfikir ya balik lagi ke konten yang bukan kualitas lagi yang dikejar tapi kuantitas.

P : Nah saya mau tanya lagi nih a, biasanya tuh habis *up* konten ada evaluasi lagi gak sih a buat republikbobotoh ?

N : ada ada, itu selalu kita evaluasi ketika beres produksi kekurangannya dimana terus ya seperti itu lah dan evaluasinya juga dilakukan se tim bukan perorangan gitu.

P: biasanya setelah evaluasi itu, dari republikbobotoh selalu nunjukin peningkatan gak sih a ?

N : Peningkatan ya pasti ada, ya kaya gini lah misalnya contohnya dulu karena kita punya keterbatasan karena alat kameranya jelek terus audio recordernya jelek otomatis gak enak hasil akhirnya ketika upload, ya itu bisa jadi bahan evaluasi, berarti evaluasinya apa kita harus nabung beli alat yang proper untuk menghasilkan konten yang bagus juga secara audio dan visualnya. Terus kita juga selalu membaca kan misalnya di youtube itu kana da kolom komentarnya ya kita juga harus membaca feedback dari viewers kita, mau gak mau itu kekurangan kita apa misalnya oh itu hostnya seperti ini.

P: sering gak sih a digituin sama bobotoh ?

N : ya sering karena bobotoh mah punya standarisasi yang bagus karena bandung mah dari dulu seperti itu, sekelas persib aja bikin konten jelek dibullynya berjamaah kan apalagi kita yang media pendukung.

P : nah a saya mau tanya tentang bagaimana sih republikbobotoh mengemas konten yang akhirnya bisa merepresentasikan bobotoh itu sendiri ?

N : kalau kita dari dulu nih ya dho selalu melibatkan bobotoh disetiap konten kita entah itu tulisan entah itu konten youtube atau yang lain, ini dari dulu sih karena bobotoh itu literasinya bagus dari zaman vikingpersib.co.id ini kita selalu nampung tulisan dari bobotoh entah itu opini analisa atau apapun itu.

P : cara masukin tulisannya gimana sih a ?

N : yak an kita ada email yang pasti kita selalu melibatkan bobotoh dari dulu karena saya yakin literasi bobotoh itu sangat bagus

P : Berarti ngasih kesempatan bobotoh buat nulis ya a ?

N : iyah, kaya misalnya Angky dia kan kerjanya *agency* tapi tulisannya bagus loh, tapi kan gak mungkin dia nulis tiap hari ada saatnya dia pengen nulis nih karena lagi *geremet* sama kondisi persib saat ini ya dia nulis terus kirim lewat email, terus misalnya ridho juga nanti skripsi misalnya kirim ke email saya jadi ya seperti itu bisa, kita selalu melibatkan boboth dho seperti itu.

P : dan itu udah *dishare* kebobotoh kalau semisal bobotoh tuh boleh nulis di republikbobotoh ?

N : Oh iya iya itu biar *chemistry* kita sama bobotoh tuh dapet

P : nah saya mau tanya lagi nih a, republic bobotoh itu sering tukar opini gak sih a sama media official Persib atau sama media media yang lain kaya simamaung, bobotoh id dan yang lainnya ?

N : kalau semisal sesama media pendukung itu selalu kita selalu *sharing* dari dulu seperti itu kok

P : Kalau sama media official persibnya a ? atau media officialnya tertutup

N : iya kayaknya tertutup deh kita gak pernah tukar opini sama media officialnya

P : kan mereka punya web sendiri tuh a Persib.co.id

N : itu baru di tahun 2013 2014

P : berarti emang gak pernah tuker opini gitu gitu ya a ?

N : Gak pernah

P : Paling respon aja gitu yah a ? respon atas semisal republikbobotoh ngangkat isu tadi responnya yang dari sana gitu

N : iya, kalau kita sih kaya sama simamaung, bobotohid dan yang lainnya itu selalu ngobrol aja apalagi misalkan ini nih contohnya liputan away kita selalu bareng bareng.

P : kalau dari aa sendiri menyangkan gak sih a sikap persib yang tertutup gitu ?

N : kalau dari saya sih tidak menyangkan karena memang harus seperti itu, klub itu harus membatasi akses, gak mungkin semua dapurnya diumbar dan harus menjaga eksklusifitasnya klub sepakbola itu, apalagi persib harus memanjakan bobotoh dengan konten kontennya, gak bisa tuh persib menganggap kita sebagai saingan, kita tuh berada di *circle* yang sama loh kita juga sama visi misinya ingin persib bagus jangan menganggap media pendukung sebagai saingan

P : oh berarti semua media pendukung termasuk di republikbobotoh berharap adanya pembenahan di persib melalui jalan literasi ini ?

N : kalau saya sih tidak seperti itu dho harus ada dibenahi tidak tidak karena setiap klub itu harus menjaga privasi nya setiap klub harus memagari apalagi misalkan privasi pemain.

P : kalau misalkan dari republikbobotoh sendiri nih a untuk tulisan tulisan ada harapan apa untuk persibnya sendiri ? atau hanya menjadi pekerjaan saja untuk menulis ?

N : kalau saya sih karena sekarang jadi pekerjaan yaudah nulis biasa aja kita cuman inginnya memberitakan kabar *update* tentang persib ke bobotoh itu aja, tapi bobotoh mungkin punya motifnya yang berbeda punya *massage* yang berbeda ya itu beda beda kan ya bobotoh bobotoh ya media media. Kita semua berusaha untuk ngasih *service* ke bobotoh berita berita apapun tentang persib

P : saya mau tanya a, gimana sih a caranya republikbobotoh sebagai media pendukung persib dalam menyuarakan kepentingan dan hak- hak supporter ?

N : kepentingan siapa dulu ini dho ?

P : supporter a hak- hak dan kepentingannya gitu a

N : oh, jadi maksudnya tuh kita tuh ngewakilin mereka nya dalam hal apa gitu ?

P : nah iya a benar seperti itu

N : ya pasti lah, si republikbobotoh kan sebagai media harus benar- benar jadi si bobotohnya atuh dho

P : kalau boleh tau bentuknya seperti apa ya a?

N : bentuknya sudah pasti dalam tulisan kita kan selalu memberikan informasi seputar persib kan seputar bobotoh juga terus contoh kasusnya gini deh dho kalau misalkan ada kasus misalnya supporter gak akan jauh dari *flare*, *smoke bomb* kaya gitu kan ya, itu kan sudah pasti kita harus memberikan informasi yang edukatif kepada bobotoh secara gak langsung kita tuh kepanjangan dari persibnya juga untuk mengampanyekan apa yang disosialisasikan persib tentang larangan di stadion terus mendukung secara positif gitu. Maksudnya gini kita sudah pasti memberikan literasi-

literasi informasi yang positif kepada bobotoh dho sebagai kepanjangan dari PSSI sebagai kepanjangan dari Persib agar mereka mendukung timnya secara positif gitu.

P : nah saya mau nanya lagi nih a, faktanya official media persib selalu memberikan informasi positif saja kepada bobotoh, bagaimana sih caranya media republikbobotoh ini menyeimbangi hal tersebut dan membuat informasi berdasarkan fakta yang ada tentang baik buruknya Persib ?

N : ya kan balik lagi, republikbobotoh kan didirikan sebagai media pendukung Persib Bandung, dalam hal itu kan kita harus mewakili Persib berada di belakang Persib otomatis ini kan keberpihakan kan dho, kita sih kadang- kadang selalu subjektif kalau ada isu- isu negative tentang Persib dimana republikbobotoh itu harus ngedefend.

P : berarti republikbobotoh itu agak jarang ya a untuk ngebahas hal- hal negative tentang Persib misalkan tentang kebijakan- kebijakan manajemen yang kurang memuaskan ?

N : oh kalau itu selalu, kalau itu selalu, kalau itu kita pasti ada karena kita kan tidak ada kepentingan apapun dengan manajemen Persib, sebisa mungkin kita harus berdiri di tengah tengah diantara bobotoh dan Persibnya. Kecuali yang tadi misalkan kayaknya contoh kasus persib persija seperti itu

P : tapi kalau semisal permasalahannya dengan supporter internal a dan persib itu sendiri semisal kebijakan manajemen yang merugikan supporter tiket online ataupun yang lainnya, republikbobotoh itu seperti apa ?

N : gini dho misalkan case nya yang tiket online misalnya ya kita dari republikbobotoh pasti *cover both side* dho, ya dari pihak bobotoh kita naikin dari pihak manajemen juga kita naikin jadi sebagai jembatan gitu, gak mungkin kita kalau kasusnya seperti itu hanya terfokus pada satu pihak. Tapi mungkin kalau semisal di persentasiin kita pasti lebih condongnya ke bobotoh sih dho ya kisaran 70 persen buat bobotoh, 30 persen buat persib. Kan misalkan dengan transisi tiket online banyak bobotoh yang maksudnya dalam artian bukan gak setuju tapi kurangnya edukasi dan sosialisasi dari pihak manajemennya sendiri gitu.

P : berarti sebenarnya gak masalah ya a akhirnya si official media persib ini mereka cuman ngeberitain positifnya aja nih tentang persib tapi republikbobotoh tetap bikin tulisan tulisan kaya gitu juga ya a biar informasi yang sampai kepada bobotoh itu detail ?

N : oh gak masalah juga dho kalau yang official media itu mah. Karena memang official klub itu harus memberitakan hal yang positif gitu dho dan dimana mana seperti itu dho. Dan disitu fungsi media pendukung seperti republikbobotoh kalau ada sesuatu yang janggal tentang persib dan manajemennya disitu mereka harus muncul.

P : saya juga mau tanya lagi a, tantangan- tantangan apa aja sih a yang diterima republikbobotoh dan bagaimana solusinya ?

N : kalau tantangan sih pasti dan selalu ada tantangan dho tantangannya dimana ketika kita mau liputan khusus kita mau tayangin eksklusif dengan narasumber tentang masalah yang negative tadi itu, kita gak bisa dan sangat susah sekali aksesnya untuk menghubungi manajemen dho seperti itu. Solusinya balik lagi, pasti setiap jurnalis dan setiap reporter pasti punya kedekatan khusus dengan salah satu manajemen atau pemain gitu dho.

P : berarti tantangan- tantangan itu sering terjadi ya a ?

N : sering sering dho, kaya gini aja misalnya sekarang kan lagi musim transfer ya dho, sekarang manajemen tuh gak kasih terang terangan gitu ya pemain yang dibeli siapa aja gitu ya tantangannya kita harus cari tahu pemain yang mau datang ke persib tuh siapa aja tinggal cari aja sumber sumbernya mau dari persib sumbernya atau mau dari mana gitu jadi kita harus memaksimalkan social media yang kita miliki karena balik lagi kita harus *ngemaintenance followers* kita dan *readers* kita gitu.

P : Nah saya mau tanya lagi nih a, sebenarnya itu bentuk literasi seperti apa yang coba dihasilkan oleh republikbobotoh terhadap suporter a ?

N : ya literasi ya secara tulisan dho

P : kalau semisal dari kegiatnanya a, kegiatan apa aja sih a yang dilakukan oleh republikbobotoh dalam membangun kesadaran literasi terhadap bobotoh ?

N : kalau semisal kegiatan yang mengajak bobotoh untuk beliterasi kita selalu ada karena kita punya kaya yang suara bobotoh itu kita ngajak teman teman bobotoh untuk mengirim karya tulisnya gitu yang nanti dimuat di web kita jadi itu salah satunya dho. Jadi misalnya lagi ada isu tentang transfer gini dho atau isu isu negative tentang persib itu banyak sekali artikel yang masuk ke email dari bobotoh

P : Selain akhirnya menerima tulisan itu a, kegiatan apalagi a yang akhirnya bisa ngebangun literasi bobotoh

N : kalau sekarang kan lagi musimnya podcast jadi dari misalkan si republikbobotoh ngepodcast ridho misalnya di komentar komentarnya bobotoh tuh kaya gimana komentarnya untuk menanggapi suatu hal dan kadang- kadang suka request untuk ngebahas ini ngebahas itu, itu kan enak komunikasi dua arah melalui komentar box di podcastnya dan bentuk literasinya pasti digital dho

P : nah kalau semisal literasi itu tercipta a, kalau boleh tau prosesnya seperti apa ya a ?

N : jadi yang tadi saya bilang dho kita tuh sebenarnya gak pernah mengajak ke mereka untuk mengirimkan karya ke mereka tapi mereka itu menulis dengan keinginan mereka sendiri jadi lebih ke situasional si dho dimana si persibnya sedang tidak baik baik saja mereka selalu ada yang ngirim email terus kaya semisal ngirim artikelnya yang *flashback- flashback* sejarah mereka selalu mengirimkan tulisan itu jadi gak pernah kita yang meminta ayo nulis yok enggak gak seperti itu

P : berarti itu kesadaran sendiri dari supporter nya gitu a ?

N : iya iya betul terus kalau misalnya ridho nulis nih terus ngirim karya tulis ridho ke republikbobotoh semua, ada kemungkinan nih yang lain mengira ridho aja bisa nih kenapa saya enggak gitu kalau kita punya opini pribadi

P : dari sekian banyaknya artikel yang masuk ke email republikbobotoh, cara nyeleksinya itu kaya gimana gitu a ?

N : kalau nyeleksinya tulisan- tulisan yang masuk itu saya sortir satu satu kok tapi saya sih saya muat semuanya tulisan yang masuk paling diedit-edit sedikit tapi kalau semisal artikel yang dikirim mengandung unsur sara kita sih enggak kalau pun misalnya tulisannya sangat sangat sensitive dimana tau sendiri dunia supporter itu konfliknya horizontal gitu.

P : kalau boleh tau a, udah sebanyak apa sih a bobotoh yang ngirim email ke republikbobotoh ?

N : wah ratusan dho, literasi di bandung mah menurut saya sih bagus banget dho kaya yang waktu itu saya bilang Viking aja udah punya web dari tahun 2001 walaupun saat itu masih berbentuk forum bukan web media lebih ke komunitas gitu

P : kalau semisal dalam membangun literasi a, tantangan- tantangan apa aja sih a yang harus dilalui republic bobotoh ?

N : nah ini semakin social media ini berkembang banget, orang orang kan jadi semakin males untuk membaca disitu sih tantangannya gitu terus orang- orang itu semakin berlebihan dalam berkomentar di media social menurut saya kaya gitu disitu sih tantangannya terus ngeliat headline dikit terus caption dikit langsung berkomentar tanpa tahu isinya seperti apa, kan media media pasti *clickbait* gitu itu tantangannya sih sekarang terus selain itu apalagi pandemic seperti ini ya akses kesana sulit banget untuk mendapatkan informasi tentang persib selain dari official club yang memberikan informasi, sekarang tuh wartawan itu gak boleh ngeliput jadi setiap hari tuh kita tuh dikasih materi dari media officernya persib jadi setiap hari tuh kita ada konfrensi pers sebelum atau sesudah latihan melalui zoom tapi ya tetap saja sangat terbatas menurut saya sih. Ya banyak tantangannya tuh dari segi konten kita harus muter otak *sedan* mungkin apalagi setahun gak ada sepakbola itu tantangannya. Tapi menurut saya ya media media oersib yang bisa survive saat pandemic covid ini nanti setelah covidnya selesai itu bakal enak bakal stabil

P : iya bener juga a, apalagi sekarang udah bisa mulai aktif lagi nih karena bola udah mau mulai lagi ya a ?

N : iya bener banget, uh waktu awal awal tahun 2020 itu lagi masa masa sepakbola gak ada, bahan gak dapet wah itu muter otak banget dho kita harus ngapain- ngapain terus sponsor pada pending masuk hehehe. Ya jadi sekarang udah mau mulai lagi jadi ya media- media bisa berjalan seperti normal lagi dalam pengelolaan medianya

P : nah saya mau tanya lagi a, kalau semisal boleh disebutin a contoh kasus seperti apa a yang dimana republikbobotoh mengkritisi manajemen dan berdampak terhadap kebijakan- kebijakan yang dilakukan oleh manajemen

N :oh iya ada dho misalnya yang terkahir aja kebijakan kalau misalnya di persib itu banyak orang- orang yang bersuara ya kaya misalkan wa umuh ngomong pak terdy ngomong dan pejabat pejabat teras lainnya ngomong apalagi soal transfer pemain gitu ya kata si A gini kata si B gini kata si C gini pokoknya soal aktifitas jual beli pemain biasanya gak pas dalam memberikan statementnya dan itu pernah saya kritisi dho lewat tulisan dan akhirnya sekarang ridho bisa lihat sendiri kaya gimana sikap manajemen hehehe. Pas waktu itu pedes banget dho tulisan saya waktu itu karena

memang itu yang bikin bobotoh bingung dho padahal secara korporasi itu seharusnya ada humas yang bagus loh ada public speaker yang bagus loh dan pas zaman itu saya kritik abis abisan tuh soal humasnya persib.

P : oh iya iya a

N : selain itu dho sebenarnya saya juga banyak ngekritisi manajemen yang di podcastnya frontline tuh tentang digital medianya persib dan sekarang akhirnya mereka meleak juga gitu hehehe

P : nah a saya mau tanya lagi a mungkin beberapa kali suporter itu berseberangan dengan manajemen dan tim pelatih. Kadang konflik ini berujung boikot , demonstrasi, atau bahkan kekerasan fisik (contoh kasus Radovic, Djanur, dll). Gimana sih a Republikbobotoh merespon itu? Apa yang dilakukan oleh Republikbobotoh untuk membangun literasi di kalangan suporter tentang cara-cara memprotes manajemen ?

N : gini dho balik lagi yang tadi saya bilang, republikbobotoh itu selalu *cover both side* itu dho ada versinya dari manajemen ada versinya dari bobotoh sebisa mungkin kita ada di tengah tengah kalau soal itu dho terus kalau misalkan contoh kasus radovic tadi kan yang mau digebukin itu kalau gak salah, pas waktu itu kita ambil tulisan dua, radovic bilang seperti ini bobotoh bilang seperti ini dan dinaikin dua-duanya. Memang pada saat itu bobotoh salah tapi kan secara pengamanan itu yang seharusnya steril dari penonotn kenapa bisa jebol itu artinya pengamanan kurang siap dho dan kita naikin juga soal itu kenapa bobotoh bisa turun ke lapangan gitu karena yang namanya suporter kan emosional gak pernah berfikir gimana gimana terhadap tim sepakbola yang dicintai seperti itu.

P : berarti dengan adanya dua berita yang naik ini menandakan kalau emang republikbobotoh itu tidak memihak kepada siapapun gitu ya a ?

N : nah iya terus kan disitu tuh yang kasus radovic itu ada hoax juga yang katanya mukul radovic itu katanya waktu itu yang mukul itu anaknya almarhum mang ayi si Jaya dan kita lurusin waktu itu. Terus contoh kasus yang lain pas ada aksi- aksi gitu ke manajemen, kita selalu jembatani bobotoh dho, coba tanya angky di Frontline dulu waktu mau bikin press realease bikin aja sama gua sini gitu.

P : berarti memang secara langsung republikbobotoh ini bisa mewakili suara dari seluruh bobotoh yang ada gitu ya a ?

N : iya iya mewakili secara global

P : nah a kalau dari konflik tersebut, gimana sih republikbobotoh itu ngebangun literasi di kalangan bobotoh tentang cara memprotes manajemen ?

N : ya kalau tentang memprotes manajemen ya harus dikasih solusi juga dho semisal kemarin yang rame tentang digital media persib itu saya coba pancing ke bobotoh kalau semisal mau kritik persib soal digital medianya lu harus kasih solusi juga coba buat tulisan yang bagus akhirnya sampe ada anak S2 yang nulis juga tentang bagaimana harusnya mengemas digital content Persib.

P : berarti emang sekaligus dicontohin gitu ya a ?

N : iya kaya tadi ngebangun literasinya yang masalah kebanyakan juru bicara di Persib, setelah saya tulis banyak juga bobotoh yang nulis soal itu. Apalagi waktu soal kasus meninggalnya almarhum Haringga dho.

P : oh iya waktu itu kaya gimana tuh a ?

N : oh itu saya ngedefend abis abisan Persib dho karena diserang secara nasional walaupun memang posisinya oknum bobotoh yang salah karena murni kriminal diluar sepakbola, itu saya sampe bikin tulisan yang saya reset selama seminggu karena sumbernya banyak banget dho dan saya ngambil contoh kasusnya di negara- negara lain karena waktu itu posisinya si persib ini menurut saya ya dan menurut banyak bobotoh ya bukan didalam sepakbola, itu murni kriminal dan harus dihukum di pengadilan saya juga tidak setuju atas adanya kasus pembunuhan apalagi cuman masalah bola tapi kenapa dampaknya sangat merugikan Persib yang pertama terusirnya Persib dari Bandung terus banyaknya akumulasi kita lagi diatas dan kita wah didzolimi abis abisan, nah dikasus seperti itu kita harus ada dho untuk melindungi Persib dan selama saya ngabobotohan dan selama saya menjadi jurnalis baru pertama kalinya saya ngerasaian dimana bobotoh semuanya bersatu untuk ngedefend persib, gak ada kejadian- kejadian sebelumnya yang bisa ngebikin bobotoh satu suara cuman dikasus itu aja, kita sepakat ya kalau itu adalah kriminal itu harus dihukum karena itu negara hukum tapi tidak untuk dampaknya seperti merugikan Persib dengan sanksi sanksinya, itu saya baru ngerasain bobotoh satu suara loh dalam ngedefend persib

P : oh iya iya bener saya inget itu yang persib lagi diatas gitu klasemennya tapi malah kena sanksi gak boleh dihadiri penonton terus diusir dari bandung itu kan ya a ?

N ; iya dho terus ada counter juga sebenarnya do dari bobotoh karena kita terusir dari bandung dan harus main di bali terus dengan hukuman- hukuman yang persib harus kehilangan 7 pemain dalam satu pertandingan karena akumulasi kartu kuning. Masih inget gak yang tranding topic di twitter tagarnya seruikeun ? itu saya yang buat dho dan itu sih Persib tuh tanpa disuruh manajemen dan semuanya yang ada di tim persib mendukung tagar seruikeun itu tapi akhirnya Mario Gomez nya gak mau karena kejauhan dan lapangannya jelek dan lain lain, padahal secara propaganda apa yang saya sudah bangun itu menang banget karena ketika kita main di serui pertandingan persib gak bisa disiarkan di televisi, Indosiar sebagai pemegang hak siar Persib harus membayar ratusan juta kepada sponsor karena gagal menyiarkan pertandingan- pertandingan persib karena ya rating persib ridho tau sendiri kaya gimana, kebayang kalau jadi serui kaya gimana hehehe bakal rugi semua dan si Persib gak bakalan rugi karena kita stay disitu selama 3 bulan, banyak yang dirugikan kalau kita main di serui termasuk federasi, termasuk LIB termasuk yang punya hak siar semuanya rugi itu kalau jadi main di serui makanya pada takut mereka tuh setelah seruikeun seruikeun itu dan itu sempat trending di twitter tuh dho dan dibahas dimana mana.

P : oh iya saya pernah tau itu, itu pas zamannya setelah kejadian almarhum haringga kan ya a ?

N : nah karena sebenarnya misa saya itu kita bukan lupakan kejadiannya, anggaplah kejadian itu memang kesalahan bobotoh dan harus dikubur dalam dalam sebagai pelajaran kemudian biar kedepannya gak ada, gitu sih kalau saya dho udah kita stop ngomongin almarhum haringga kita kawal aja proses hukumnya yang salah harus dihukum sesuai undang- undang yang berlaku di Indonesia dan kita move on lagi balik lagi sebagai pendukung Persib gitu, itu yang sebenarnya ingin saya sedikit lupakan tentang kasus- kasus Haringga yang nyerang kita, ini persib nih lagi dijailin sama federasi kita perlu bobotoh semua seperti itu sih waktu itu.

P : oh berarti dengan adanya kejadian tersebut a menunjukkan bahwa ketika ada suatu masalah yang sifatnya general dan merugikan Persib, Republikbobotoh berusaha untuk ngedefend itu ya a ? tapi kalau semisal permasalahannya adalah internal, republikbobotoh berusaha berada di tengah tengahnya gitu ya a ?

N : iya iya betul yang tadi saya bilang itu karena kita juga harus menjaga hubungan baik dengan manajemen Persib juga dho dan kita juga tetap harus mewakili suara suara bobotoh gitu kan

P : nah kalau semisal satu kasus lagi a kalau boleh tahu yang waktu rame tentang #unsubscribe Persib a, waktu itu republikbobotoh gimana a dalam menanggapi kasus tersebut ?

N : kita mah gak terlalu *concern* ngangkat itu cuman kita naikin soal Persib diserang oleh bobotoh karena pengemasan konten digitalnya yang kurang bagus gitu aja gitu aja karena ya tadi itu kita harus menjaga hubungan baik dengan manajemen jadi kita gak terlalu bahas itu tapi ya memang udah bener dho positioningnya waktu itu ya harus yang penikmat Persib aja yang mengkritik itu ya suporter bobotoh yang harus mengomentari itu gitu

P : nah ini mungkin pertanyaan satu lagi a yang waktu aa sempet buat ngekritik Persib soal banyaknya suara yang keluar dari manajemen Persib, prosesnya apa aja sih a yang harus dilewat in oleh republikbobotoh hingga suara tersebut sampai ke manajemen ?

N : jadi gini kan, saya itu ngikutin Persib setiap harinya jadi kan kita tahu apa yang diomongin sama si A si B si C si D, kok gak sinkron sih omongannya padahal setiap hari ketemu di kantor di sulanjana dan itu jejak digitalnya ada tiap hari karena kita pasti naikin berita Persib, nah dari hasil itu kita bisa menyimpulkan bisa menganalisa dan bisa mencari solusi. Saya yakin petinggi petinggi Persib itu pada baca dan akhirnya sekarang kaya gimana kan gak sembarang yang ada di jajaran direksi Persib buat kaya gitu. Dan itu bukan cuman lewat tulisan doing dho, bisa lewat media social dan itu pasti mereka baca kok kaya semisal balik lagi tentang tagar unsubscribe Persib itu karena pengemasan konten digital medianya gak bagus gitu menurut bobotoh, kan mereka banyak berkomentar melalui sosail media dan akhirnya si manajemen secara perlahan memperbaiki kualitas digitalnya seperti itu jadi gak cuman lewat tulisan aja.

P : oh iya iya a

N : dan selain itu yang saya seneng itu banyak bobotoh yang punya refrensi sepakbolanya itu bagus walaupun gak semua, tapi apa yang mereka tonton apa yang mereka lihat apa yang mereka baca itu bener gitu dan itu yang membuat bobotoh itu selalu kritis ke si Persib itu kalau semisal gak gitu berarti si bobotoh itu gak sayang sama Persib gitu. Dan bentuk kritik bobotoh ini tanda sayang ke Persib dho mending dikritik sama bobotoh sendiri dari pada sama suporter tim lain dho.

Wawancara dengan Anky Rakhmansyah (Pengelola Media Viking Frontline)

P : Halo a perkenalkan saya Ridho Ilham a dari UII kebetulan sedang melanjutkan penelitian terhadap manajemen pengelolaan media komunitas guna menyuarakan kepentingan komunitas supporter klub sepakbola lokal, nah tapi boleh kenalan dulu a dari aa nya ?

N : Nama saya Angky saya salah satu pendiri Viking Frontline dan kebetulan memegang seputar perkontenan itu sendiri, cukup segitu aja ? atau sama pekerjaan ?

P : oh iya gapapa sama pekerjaan juga boleh a

N : saya kerja di small agency bergerak di bidang event ada PH nya juga ada digital campaign juga kebetulan relate lah sama apa yang saya lakukan untuk Frontline gitu hehehe

P : oke, saya mau tanya nih a apakah dalam membuat suatu konten, Viking Frontline sendiri melakukan tahapan manajemen redaksional seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan ?

N : nah ini yang tadi saya bilang, karena kerjaan saya banyak begitu mulai dari perencanaan ngedesign untuk konten dan lain lain (perusahaan). Saya tuh sebisa mungkin tidak melakukan itu di frontline, itu ya jadi memang ada materi apa ya kita post, ada materi apa ya namanya twitter kan gitu, cuitan kan ya gitu kadang asal aja gitu, eh kita mah gak mau kaku banget sama plan yang gitu gitu malah bisa dibilang cuma ya ada yang plan kaya podcast kita pasti ada plan kalau podcast, Instagram malah jarang update

P : Nah semisal akhirnya tadi seperti itu a, saya mau tanya gimana sih bisa terciptanya suatu ide gitu a?

N : biasanya gini saya sama tobi yang masalah serius kaya yang bandung darurat sepakbola terus kaya waktu itu kita demo waktu itu tahun 2017 gitu kan itu kaya gitu direncanakan dan biasanya saya sama tobi yang awalnya ngobrol gitu bisa kadang dari saya kadang dari tobi gitu kan jadi jadi memang ide tercipta dari obrolan gini ya karena saya sama tobi udah kenal dari smp jadi tau gimana mau gerakanya, jadi ketika ada sesuatu yang salah teh tergantung siapa duluan yang ngontek saya atau tobi, pasti kaya gitu ieu kumaha ieu kumaha, ketika ada sesuatu yang gawat pasti ieu kumaha langsung

P : Berarti ada tim kreatif khusus gak sih a ?

N : ada desainer ada tapi ya kit amah jarang posting yang gimana gimana ya hehehe.

P : Nah sekarang saya mau tanya a apakah konten yang dipublish seringkali berkaitan dengan isu terkini atau isu terbaru gitu tentang Persib ?

N : Pasti gitu kan (berkaitan dengan isu terkini) tapi gitu kan kita bosan gak selalu bahas tentang persib, apalah kalau sekarang lagi zaman FPL bahas FPL, terus kalau ada zaman dulu saya pernah bikin untuk engagement aja nih saya bikin tanya frontline atau curhat frontline (konten), sekarang kita pindah ke podcast

P : nah a semisal ditanya tentang keberpihakan nih gimana sih Viking Frontline mengidentifikasi keberpihakan konten yang dibuat ? apakah keberpihakan Viking Frontline itu ke supporter atau ke manajemen atau bahkan tidak berpihak kepada siapapun ?

N : kita ini Alhamdulillah kalau berbicara keberpihakan kadang kadang banyak yang mengira gitu ya kalau kita mah saya kerja tobi kerja terus kita punya dagangan juga gitu yang memang gak harus diapa apain dan kita melakukan apapun tanpa kepentingan jadi saya mau ngomong apa aja terserah. Terus karena kita gak ada kepentingan jadi ketika ada kebijakan yang dari persib kita mah dukung kaya kemarin tiket online kita mah dukung terus tapi ketika ada yang ngaco mengenai persib kita bisa paling depan untuk ngomong di depan gitu kan.

P : Nah kalau semisal ngomongin planning a, pernah gak sih a dari Viking Frontline mengganti planning secara tiba-tiba karena ide sebelumnya gak berjalan dengan baik ?

N : kalau saya sih menganggap salah itu ya bagian dari resiko sebenarnya mah, saya mah gak pernah berani buat hapus tweet kalau ada salah apa salah apa, ya kalau ada salah ya cuek aja gitu, ketika kita salah saya berani pasang badan gitu. Tapi dulu saya ada sedikit dianggap salah ya tapi akhirnya itu dihapus jadi waktu itu iseng becanda *saya lagi* ngomentarin liga inggris, Arsenal lebih baik main di Liga 2 aja sama PSIM hehehehe, ternyata tekanan dari supporter jogja itu kenceng dan ngontek ke pusat, terus dari pusat nelfonin jadi ya udah gitu hehehe.

P : nah kalau semisal boleh tau a, kalau di Frontline sendiri di yang bagian pengelola media nya ada semacam struktur gitu gak sih atau bidang kerja yang memang memproduksi konten- konten Viking Frontline ?

N : jadi gini, di twitter tuh ada saya sama tonai gitu, udah gak ada lagi, jadi ketika ada posting foto dianta kita berdua aja dan gak ada struktural lagi didalamnya

P : oh oke oke a, berarti cuman berdua aja ya a ?

N : Iya

P : Nah a, kan aa cuman berdua aja nih yang pegang dengan followers yang banyak, selama aa ngejalanin itu, kesulitan- kesulitan apa aja sih a dalam memproduksi suatu konten ?

N : gak ada ya Alhamdulillah karena saya juga gak tau awalnya kaya gimana bisa sampe growth lumayan cepet gitu untuk bassis supporter yang anggotanya kurang lebih cuman 1000 tapi followersnya mencapai 80.000 sekian, Alhamdulillah gak pernah ada kesulitan apa apa ya, cuman kemarin pas awal awal corona nih kan, kita sempet pusing kan bahas apa nih ya bahas apa paling ya kaya gitu gitu aja kaya kehabisan ide, tapi untung pas corona kemarin kita sempet bikin video di youtube kan konten youtube itu yang nyanyi lagu tulus gitu hehehe

P : nah selama akhirnya memproduksi kontennya a, sebenarnya sesuai gak sih a sama tujuan komunitasnya ?

N : nah kalau itu tuh gini, yang pengen saya tekankan ke anak anak nih ya jadi *O to O* nya harus jalan Online to Offline, Offline to Online gitu kan ya jadi online urusan gua lah buat offline sok maneh barudak gitu, jadi ketika ada movement offline jadi ya ini teh lain ngomong hungkul jadi saya juga seneng sama anak anak ketika ada inisiatif gitu apalagi ke stadion rame gitu, terus pas demo rame jadi *O to O* nya jalan.

P : kalau semisal akhirnya habis *upload* konten nih a, ada evaluasi gitu gak sih a yang dilakuin sama komunitas ?

N : kalau podcast iya, tapi kalau twitter sama Instagram engga kan di Instagram kita udah jarang aktif juga cuman buat story- story aja, terus di twitter kit amah cuek- cuek aja, nah tapi kalau di podcast iya evaluasi untuk materi berikutnya apa nih misalkan bahasan yang terlalu serius kurang suka nih oh ternyata serunya tuh pas ada si ini nih yang kaya gitu- gitu lah karena kan kalau podcast kita ada effort lah hehehe kaya alat waktu tapi kan kalau nge tweet mah kurang dari satu menit bisa jadi perkara kan hehehe jadi kalau untuk podcast kita ada evaluasinya gitu gitu lah hehehe.

P : nah terus kalau ditanya kegiatan Viking Frontline apa aja sih a yang memanfaatkan media sebagai sarana ?

N : oh kalau saya sih pas bikin sesuatu yang di youtube itu pasti saya ngirim rilis jadi si media juga jadi diliput lah, jadi kita ngerilis kok dan dibantu mungki juga buat ngerilis jadi lumayan bantuan media.

P : nah saya mau tanya lagi a gimana sih caranya Viking Frontline itu dalam memanfaatkan media agar media itu dapat merepresentasikan identitas komunitas ?

N : nah ini ya, waktu saya ngebentuk *image* si Frontlinenya itu seperti apa gitu kan ya yang memang sebenarnya itu gak ada strategi yang gimana- gimana tapi saya itu mencoba menempatkan *Frontline* itu di posisi A misalnya gitu jadi pokoknya Frontline *didieu* nya jadi kaya misalnya saya mau ngeluarin *brand* gitu terus target marketnya untuk kelas A B C nah tapi kalau dalam pembuatan konten tuh saya punya standard dan saya mencoba untuk membuat si Frontline ini eksklusif mungkin dari mulai logo, terus spanduknya jadi ya intinya mah keliatan bedanya saya gak mau sama kaya yang lain, *touch* nya juga beda.

P : nah kalau semisal dalam memanfaatkan media nih a, kan banyak tuh media komunitas lain juga yang memanfaatkan media bahkan Persib sendiri punya official media sendiri gitu, nah yang mau saya tanya a, pernah gak sih a kaya yang tukar opini gitu ?

N : kita mah bukan tukar opini kita mah tukang giring opini, perang opini gitu hehehe, tapi kalau semisal ada yang ngajak diskusi kita mah *open* diskusi gitu tapi kalau semisal diskusi nya yang udah jauh melenceng gitu, saya mah gak pernah tanggapin soalnya banyak yang malah jadi nyerang personal gitu kan cuman ya gak usah ditanggapi lah yang gitu gitu mah hehehe. Dan saya juga sebisa mungkin sudah menghindari twitter dengan supporter lawan ya, bosen gak ada gunanya, mungkin waktu 2014 mah masih tapi sekarang udah lama banget enggak, gak ada gunanya males cape hehehe

P : nah kalau buat media komunitas sendiri nih a, ngasih kesempatan gak sih ke supporter buat bersuara ?

N : oh iya lah pasti lah selama dia punya account masing masing mah pasti kita mah hehehe, satu hal si frontline ini gak pernah ngeblock account

P : Kalau semisal dari Frontline sendiri itu punya komitmen gak sih a yang kaya saya hadir disini buat persib lebih baik ?

N : ya memang itu tujuannya, saya teh gak mau persib itu jadi bahan bulian supporter lain gitu ya an banyak yang ngomong frontline teh juga nu geuleuh ka persib karena ya kita mah gak nganggap persib siapa siapa itu the keluarga kita gitu jadi akan lebih enak dimarahin ibu sendiri dibanding dengan orang lain gitu, urang tuh gak mau maneh tuh ngerakeun

N : Kalau semisal dari Frontline a, gimana sih caranya media komunitas yang dimiliki oleh Frontline ini dalam menyuarakan seluruh hak- hak supporter ?

P : ya kan gini ya *legeg* nya mah si Frontline itu dianggap salah satu *game changer* ya apa namanya ya beda tipis lah sama profokator gitu yah hehehe gitu jadi ada beberapa temen- temen yang memang aktif di twitter bilang kalau nasib pemain nasib pelatih itu bisa ditentukan sama Frontline juga nah kalau mengenai hak- hak supporter ya kalau kita itu hak supporter itu diantaranya semisal tiket online lah kan banyak pisan ya hak hak supporter mah hehehe saya kan yang setuju banget sama kebijakan itu sebetulnya tapi diawal kita coba dulu masalah tiket online oke kita setuju kita ngomong dan ngasih statement, tapi ternyata diperjalanan tiket online ini tidak terlalu cocok dengan kultur di Bandung gak 100% cocok gitu kan. Nah bukannya kita itu menjilat ludah sendiri setelah berbagai evaluasi dan lain lain ternyata gak semua mampu untuk bisa transaksi melalui tiket online itu nah alhamdulillahnya sekarang itu distrik-distrik udah kebagian yang manualnya, kita juga udah bisa ngasih masukan ke manajemennya, karena waktu itu pas masalah tiket online Pa Glen itu nanyain saya soal tiket online karena waktu itu saya setuju kan dan saya bilang bagus waktu itu karena persib harus punya pemasukan kan secara tim professional. Jadi kita dukung selama itu menghasilkan tapi ternyata pas tidak berjalan dengan baik kita coba bantu lagi, maksudnya kan kita mah balik lagi gak ada kepentingan ya gitu jadi mendingan kita mau ngomong apa aja bebas jadi kita mau menyuarakan hak- hak atau kepentingan supporter itu gak kagok gitu dan peran media yang kita punya Instagram, twitter dan juga podcast itu bisa berpengaruh, ya itu *legegnya* mah kita berani nyebut teh salah satu *game changer* nya lah.

P : nah ini saya mau tanya juga a, kan rata- rata yang dikeluarin sama *official media* dari persib itu kan berita berita yang bernada positif aja nih ya a, bagaimana sih Viking Frontline dalam menyeimbangi hal tersebut dan tetap memberikan fakta- fakta secara real baik yang positif ataupun negative ?

N : Ya sebenarnya mah gini, selama kita punya data ya, selama kita gak asbun kan kita mah gak pernah ada kepentingan juga kan, kita gak pernah punya utang hehehe, semisal persib lagi jelek terus *aduh urang rek ngomong ieu tapi teu ngeunah euy soalna urang dibere duit ku pak tedy dibere duit ku pak umuh* kan gak mungkin atuh gitu hehehe jadi ya kita gak punya utang sama siapapun jadi bebas weh ngomong hehehe. Intinya mah gitu biar gak *asbun* kita harus punya data juga lah tentang persib.

P : nah selama pengelolaan media ini a, tantangan apa aja sih a yang harus dihadapi dan bagaimana solusinya ?

N : Sebenarnya gini ini in general atau gimana ?

P : Mungkin secara detail boleh juga a, tapi semisal secara general juga gapapa

N : jadi kalau misalkan masalah tuh banyak ya, jadi gini satu kita kan suka seenaknya ngomong hehehe kadang kadang ada aja yang gak suka ya terus misalkan kaya tadi yang masalah tiket online, diawal kita setuju tapi diberikutnya kita minta evaluasi, nah itu kan sebenarnya bukan gak konsisten tapi sebetulnya lebih ke apa namanya lebih ke liat situasi kan ya kadang kadang suka ada yang digital memang kejam gitu gitu hehehe tapi gak diladenin kalau yang kaya gitu jadi ya apapun bisa terjadi gitu terus banyak juga respon- respon kaku orang- orang terus ketika kita suatu hari kita pernah ada keberpihakan sama manajemen karena ya menurut kita bener gak ada masalah juga kita kan yang jaman Mario Gomez gitu kan kan kita salah satu yang kenceng bilang bahwa Mario Gomez itu gak bener gitu kan sampe ada isu waktu itu kita dibayar 10 juta nih Viking Frontline terus ama saya dibalikin aja, siapa yang ngasih 10 juta ? kasih tau aja nanti dibalikin uangnya. Nah yang kaya gitu ya sebenarnya kita tuh gak ada kepentingan tapi ya tadi kita tuh ketika ada suatu keberpihakan ya kita mah ke yang bener gitu terus ya muncul opini wah si Frontline *geus di beuli euy* gini gini gini ya udah gak ada masalah Viking Frontline mah.

P : nah saya pengen nanya lagi a, gimana sih proses terciptanya sebuah *movement* yang dilakukan oleh supporter ?

N : sebenarnya gini nih kalau kita tuh *by moment* sih kita mah gak pernah merencanakan jauh-jauh hari. Jadi karena emang saya melek juga tuh isu- isu yang ada diluar yak arena tuntutan pekerjaan juga hehehe misalnya anggaplah distadion ketika Malisic *out* kita ada proses dan kadang- kadang juga ya nyontek dari supporter luar waktu itu kan kita pasang topeng malisic kan

waktu itu terus pernah juga tahun berapa gitu pas supporter tuh gak boleh bawa bendera ke stadion terus kita sepakat sama anak- anak jadi bikin symbol dengan menutup mulut pake lakban selama di stadion. Terus kalau spanduk juga kita mah kan setiap pertandingan beda- beda ya kalau itu ya tergantung momen juga dan idenya juga bisa dari siapa aja. Jadi ya kita mah ngebebasin anak- anak ketika anak- anak ada inisiatif teh oh iya sok aja selama hasilnya dapet pesannya juga dapet gitu salah satu contohnya yang waktu dicilacap yang tulisan ekspektasi kita tinggi target kalian rendah, itu kan sebenarnya inisiatif dari anak-anak. Terus pas corona ini juga kita sempet bikin movement *online* dan *offline* juga, kalau yang *online* mah itu yang di youtube yang nyanyi lagu tulus, nah kalau yang *offline* mah waktu itu kita bikin ada 200 spanduk dengan dana kolektif tulisannya itu *Love Persib, Love Yourself* kalau gak salah, jadi itu ada 200 titik di Bandung intinya adalah *stay at home* sih sebenarnya cuman ya isu ini kan sensitive ya karena banyak yang bilang *urang mah kudu gawe, urang kudu kaluar* jadi ya waktu itu kita bikin 200 spanduk di 200 titik yang mayoritas di Bandung sih sebenarnya jadi intinya kaya *reminder* ke orang- orang bahwa harus menyayangi diri sendiri karena kita ya pengen lagi nonton Persib gitu ya biar corona nya cepet beres waktu itu. Terus implementasi lainnya adalah, kita jualan baju dengan tulisan yang sama kaya di spanduk waktu itu terus hasilnya juga kita sumbangin waktu itu ke yang terdampak seperti itu.

P : Nah terus a faktor- faktor terciptanya *movement* itu apa aja sih a selain masalah ?

N : Sebenarnya gini ya, bukan cuman masalah aja yang jadi faktornya, semisal tadi kaya pas ada hariono keluar ada pemain pindah malisic waktu itu terus waktu essien datang jadi tidak selalu masalah kok hehehe. Ketika ada perpisahan atau ketika ada dukungan kita akan ngeselin gitu ya hehehe jadi ya kaya gitu gitu lah hehehe

P : Terus a semisal akhirnya *movement* itu sudah terjadi, gimana sih akhirnya bisa mempengaruhi kebijakan- kebijakan dari manajemen ?

N : ya itu maksudnya, kalau secara eksplisit ke manajemen ya kalau saya kan anggeplah pemain gitu ya, kan kita itu bisa sampe kaya minta pemain gitu kana da beberapa pemain yang bisa kita gitu lah kaya Lopicic, In Kyun, Antonic, Radovic ya tau lah ya hehehe. Waktu itu juga kebetulan secera personal saya pernah ketemu pak glen buat bilang kalau maitimo itu tidak menyenangkan tapi itu tidak lewat media, tapi itu langsung. Jadi ketika waktu itu si rifan ngomong *enggeus nasib pamaen jeung nasib pelatih mah bisa ditentukeun ku maneh* jadi maksudnya itu udah bisa

menjawab kalau itu udah ada *impact* nya ke manajemen soalnya yang kita bikin itu *wave* nya kan ya jadi bikin *wave* nya banyak gitu ya itu profokator lah hehehe ya karena itu ketika ngebangun opini supporter hehehe.

P : jadi ya semakin banyak *pressure*, kebijakan manajemen pun bisa goyah gitu ya a ? hehehe

N : betul

P : Kan beberapa supporter berseberangan dengan manajemen dan tim pelatih. Ada kalanya konflik ini berujung boikot , demonstrasi, atau bahkan kekerasan fisik (contoh kasus Radovic, Djanur, dll). Bagaimana Viking Frontline merespon hal tersebut? Bentuk movement seperti apa yang dilakukan oleh Viking Frontline pada saat itu ?

N : Yang sebenarnya paling banyak *impact* nya mah waktu tahun 2017 ya yang di sulanjana yang golden era. Maksudnya itu dulu orang-orang itu banyak yang takut ya ketika ada sesuatu yang gabener ya apalagi waktu tahun 2012 mulai ada isu avanza hitam terus banyak *movement* lah, nah tapi dari situ kebetulan lah fikiran kaya *geus lah umuch muchtar mah tong dilawan* terus dengan stigma- stigma avanza hitam terus banyak isu- isu yang lainnya nah kebetulan waktu itu pengurus Viking yang lama dipegang kan sama pak haji jadi bener bener dikit yang senior tuh kaya *geus lah ulah ulah teu ngeunah* gitu kan banyak hal kaya gitu kan, makanya di 2017 waktu itu kan saya sama tobi yang menginisiasi gerakan itu uteras ya udah ngajak yang lain tiba- tiba respon komunitas lain juga oke kan waktu itu ada La Curva, Casual dan beberapa teman- teman Viking yang lain ya udah jadi lah waktu itu ada sekitar 2000 an orang ya kan yang long march jadi ya itu momentum lagi gitu kan saya sih gak tau *impact* besarnya gimana gitu tapi semenjak itu bobotoh lebih berani lagi buat ngomong gitu jadi kalau *impact* langsung nya itu salah satunya pak Glen Sugita mundur dari PT LIB itu salah satu *impact* langsung yang didapat dan secara gak langsungnya bobotoh lebih berani lagi untuk bersuara gitu.

P : Nah dari kasus tersebut ya a, gimana sih Viking Frontline buat ngemas konflik tersebut a ?

N : jadi gini, manajemen konflik yah karena itu salah satu manajemen konflik, ketika saya menciptakan gelombang di udara secara gak langsung tobi menciptakan gelombang di internal jadi kembali ke perannya masing- masing lagi gitu, buat di udara ada saya dan tonai di darat ada tobi sama cecep gitu jadi sebernya mah percaya diri aja sih kan emang bagian dari manajemen konflik

mah gitu semisal kita ada di suatu konflik kita harus beranggapan bener aja gitu ya selagi data yang dipegang juga bener gitu ya, jadi ada pembagian peran itu sih dengan caranya masing masing

P : oh iya a waktu yang kasus unsubscribe persib itu, Frontline salah satu yang didepan ya a ?

N : oh iya atuh, pasti itu mah sebenarnya itu gara gara media sebesar persib yang punya *vale-u* maknya ketika lu melakukan hal norak kaya gitu, gak pantes aja gitu jadi kita merasa maneh teh persib tapi kok ngemis sih. Padahal sebenarnya kita tahu kualitas siaran youtube persib tuh bagus sama kaya tv nasional gitu tapi gimmicknya itu terlalu murahan gak pantes gitu untuk persib

P : terus semisal tagar tersebut naik di media social otomatis masyarakat tahu tentang permasalahan itu dan secara gak langsung membuat nama persib sedikit tercemar, tanggapan aa gimana itu a ?

N : oh gapapa kalau itu mah, yang kadang saya kesel tuh Persib terlalu ada di zona nyaman, gua punya 3 juta followers di twitter, gua punya 900 rb subscriber youtube gitu kan tapi pengelolaan lu gak baik, nah kita berbicara kuantitas tapi tanpa kualitas percuma gitu kan, jadi kit amah cuek aja ketika jadi bahan ketawaan masyarakat umum.

