

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Dalam penelitian kualitatif, teori dapat berfungsi sebagai landasan konseptual yang membantu peneliti untuk memahami sebuah fenomena yang diteliti secara mendalam. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori emosi Plutchik. Teori ini dapat membantu memahami emosi yang kompleks dan mengidentifikasinya. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat delapan roda emosi dasar yaitu, marah, takut, sedih, jijik, terkejut, antisipasi, percaya, dan gembira (Plutchik, 1980). Kemudian emosi dasar ini dapat dikombinasikan untuk membentuk emosi yang lebih kompleks dan bervariasi.

Selain itu, penelitian ini menggunakan teori pesan emosional untuk memahami bagaimana emosi dikomunikasikan melalui ekspresi verbal maupun nonverbal.

Dengan menggunakan kedua teori tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami bentuk penyampaian emosi sebagai pesan komunikasi seperti apa yang ditunjukkan oleh pendukung Timnas Indonesia dalam kolom komentar sebuah postingan media sosial Instagram akun @433.

#### **2.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Unsur-unsur dalam komunikasi yaitu sebagai berikut:

- Pengirim Pesan (Komunikator)

Komunikator adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada penerima atau komunikan. Komunikator juga sering disebut *source*, sumber, pengirim, atau *encoder*. Selain itu, komunikator bisa berupa perseorangan, kelompok, dan organisasi. Komunikator memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan berjalannya komunikasi.

- Pesan (*Message*)

Pesan merupakan informasi yang akan disampaikan oleh komunikator melalui simbol-simbol. Selain itu, pesan juga dapat diartikan sebagai makna yang terkandung dalam simbol-simbol. Ada dua sifat pesan yaitu, Pertama pesan bersifat verbal, berbentuk *oral* (komunikasi yang dibentuk secara lisan) dan *written* (komunikasi yang dibentuk secara tulisan). Kedua, pesan bersifat non-verbal, yang berbentuk gestur atau bahasa tubuh, mimik wajah dan juga dapat dilakukan melalui lambang-lambang eksternal.

- **Penerima (Komunikatif)**

Komunikatif adalah pihak yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Komunikatif juga sering disebut pendengar, pembaca, penerima, pemirsa, atau *decoder*. Jika tidak ada komunikatif dalam sebuah komunikasi, maka pesan yang telah disampaikan oleh komunikator menjadi percuma, karena tidak ada yang mendengar atau menerima pesan tersebut.

- **Media/Saluran (*Channel*)**

Alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim (komunikator) ke penerima (komunikatif). Media bisa berbentuk verbal (lisan atau tulisan), nonverbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah), dan bisa dapat berupa teknologi seperti internet dan TV.

- **Umpan Balik (*Feedback*)**

Informasi yang kembali ke komunikator (pengirim) dari komunikatif (penerima) sebagai bentuk respons terhadap pesan yang diterima oleh komunikatif merupakan bentuk umpan balik atau feedback dalam komunikasi. Dengan adanya umpan balik dapat membentuk komunikasi dua arah yang efektif.

- **Penyandian (*Encoding*)**

Proses mengubah ide atau gagasan menjadi suatu bentuk pesan seperti simbol, kata-kata, atau kode yang dapat dipahami oleh penerima.

- ***Decoding***

Proses dimana penerima (komunikatif) mengartikan, menafsirkan dan memahami pesan tersebut dengan berbagai cara.

## 2.3 Emosi Dalam Komunikasi

Perasaan atau keadaan emosional yang memiliki dampak signifikan terhadap cara orang mengirim, menerima, dan menafsirkan pesan selama proses komunikasi disebut sebagai emosi dalam komunikasi. Perasaan-perasaan ini dapat berfungsi sebagai komponen penting dari pesan itu sendiri, baik secara verbal maupun nonverbal, dan muncul sebagai respons terhadap pesan yang telah diterima. Memahami emosi dalam komunikasi sangat penting karena dapat memengaruhi seberapa baik pesan dipahami dan diinteraksikan, baik oleh pengirim maupun penerima. Selain itu, menurut (Syahida & Lisa, 2025), emosi sering kali lebih efektif disampaikan melalui cara non verbal seperti ekspresi wajah, gestur, hingga kontak mata. Oleh karena itu, emosi memegang peranan penting dalam konteks komunikasi dan sangat mempengaruhi berbagai aspek dalam interaksi manusia. Berikut ini merupakan komponen penting emosi dalam komunikasi:

- **Mempengaruhi Isi pesan**  
Gaya komunikasi seseorang dapat langsung dipengaruhi oleh emosinya. Misalnya, kemarahan dapat membuat seseorang berbicara dengan volume yang lebih tinggi dan terkadang menggunakan bahasa yang lebih kasar atau agresif. Hal ini dapat memperkuat dampak emosional pada pesan tersebut dan dapat mempengaruhi cara orang lain menerima pesan tersebut.
- **Mempengaruhi Persepsi Terhadap Pesan**  
Pendengar pesan juga dapat dipengaruhi oleh emosi. Emosi yang dialami pendengar dapat memengaruhi cara mereka memahami pesan yang disampaikan. Misalnya, ketika seseorang mengalami emosi marah, kemudian menerima pesan seperti, “kamu bisa coba ganti teori yang lain, teori ini kurang efektif”. Pesan tersebut membuat pendengar yang sedang mengalami emosi marah, merasa diremehkan dan menganggap kritik sebagai serangan personal.
- **Muncul Melalui Ekspresi Nonverbal**  
Selain dapat diekspresikan secara verbal, emosi juga dapat diekspresikan secara nonverbal. Emosi dapat diekspresikan secara

nonverbal melalui bahasa tubuh, kontak mata, intonasi suara, dan ekspresi wajah. Misalnya, alis yang berkerut dapat menunjukkan kebingungan atau ketidakpuasan, sedangkan senyuman dapat menunjukkan kebahagiaan. Ekspresi nonverbal ini seringkali memberikan konteks tambahan yang penting untuk memahami pesan yang disampaikan.

Dengan demikian, emosi tidak hanya memperkuat komunikasi tetapi juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi cara pesan disampaikan, ditafsirkan, dan dipahami. Dimana emosi yang kuat dapat memperkuat pesan. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman antarindividu sangat bergantung pada komunikasi yang peka terhadap emosi.

### **2.3.1 Pengertian Emosi**

(Cherry, 2023), mengungkapkan bahwa perasaan seseorang dipengaruhi oleh berbagai bentuk emosi dalam hidupnya. Kemarahan, kesedihan, kebahagiaan, dan kekecewaan merupakan beberapa dari emosi yang dibawa oleh setiap orang dan saling berinteraksi serta saling mempengaruhi. Misalnya, ekspresi wajah seseorang dapat berubah secara signifikan saat mereka marah, seringkali memerah untuk mencerminkan intensitas perasaannya. Selain itu, setiap emosi memiliki lapisan yang lebih dalam yang muncul ketika seseorang merasa terganggu atau kesal oleh situasi tertentu. Perasaan-perasaan ini dapat memiliki dampak yang mendalam pada kehidupan sehari-hari dengan memengaruhi perilaku, hubungan sosial, serta suasana hati.

Dalam proses interaksi, emosi sangatlah penting. Emosi seseorang adalah perasaan yang muncul sebagai reaksi terhadap suatu kejadian dan memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi, tindakan, dan pikiran mereka. Emosi merupakan bagian alami dari kehidupan manusia yang memainkan peran penting dalam pengalaman dan perilaku tertentu (Khusniyah, 2018). Emosi dalam diri seseorang dapat menyebabkan mereka mengalami kegembiraan, kesedihan, kemarahan, rasa bersalah, dan cinta. Oleh karena itu, emosi merupakan salah satu aspek terpenting yang terdapat dalam diri seseorang. Ekspresi emosi juga penting karena dapat menjadi pelepas rasa stres. Oleh

karena itu, apabila seseorang pandai untuk mengungkapkan perasaannya, maka akan semakin nyaman perasaan seseorang tersebut (Muali & Fatmawati, 2022).

Emosi memiliki aspek positif dan negatif. Dalam sisi positif meliputi perasaan senang dan gembira. Sedangkan aspek negatifnya adalah kekecewaan, kemarahan, ketakutan, keputusasaan, dan kecemasan (Fadhilah & Mukhlis, 2021). Dalam kenyataannya emosi merupakan sesuatu yang sangat penting. Hal ini dikarenakan ekspresi emosi dapat mengurangi ketegangan. Semakin mahir seseorang mengekspresikan emosinya, maka perasaannya akan semakin tenang. Emosi setiap orang merupakan cerminan dari kondisi mentalnya, yang menyebabkan perubahan fisiknya terlihat. Misalnya, ketika seseorang sedang sedih, fisiknya akan berubah, sehingga wajahnya tampak murung dan tubuhnya menjadi lemes.

Selain itu, emosi tidak selalu dapat diekspresikan dengan ekspresi wajah, namun ekspresi emosi juga dapat kita temui melalui teks. Kita dapat menemui emosi melalui teks dalam komentar di media sosial. Misalnya, apabila terdapat postingan yang membuat orang lain merasa kesal dan tidak adil, sehingga membuat pengguna tersebut mengungkapkan emosi atau perasaan kesalnya melalui teks dengan menulis di kolom komentar. Tidak hanya itu kita dapat melihat emosi yang diekspresikan dengan emoji, dimana emoji adalah gambar yang dapat mewakili perasaan individu setiap orang. Apabila seseorang sedang marah, maka seseorang tersebut menggunakan emoji wajah yang berwarna merah.

### 2.3.2 Jenis-Jenis Emosi

Emosi secara garis besar dapat dibagi menjadi dua kategori: emosi positif dan emosi negatif.

Beberapa emosi yang terdapat dalam diri seseorang yaitu:

#### 1) Marah

Pada dasarnya, marah adalah perasaan yang muncul ketika seseorang merasa terancam, diperlakukan tidak adil, atau terluka. Wajah seseorang biasanya memerah saat mengalami emosi ini, dan mereka juga mungkin

mengalami tekanan darah tinggi, detak jantung yang lebih cepat, dan pernapasan yang lebih dalam. Seseorang mungkin menjadi marah jika mereka merasa diperlakukan tidak adil atau jika mereka merasa seseorang lain telah menyakiti mereka.

2) Jijik

Kemarahan yang sebenarnya, yang muncul ketika kita melihat perilaku yang salah pada orang lain, sering kali disembunyikan oleh rasa jijik. Ketika seseorang menyaksikan hal-hal yang tidak menyenangkan, seperti kejahatan atau kekerasan, perasaan ini mungkin muncul. Kemudian melihat video kekerasan yang tidak pantas di media sosial adalah contoh dari rasa jijik (Scott, 2019).

3) Takut

Rasa takut adalah perasaan yang paling tidak menyenangkan. Perasaan ini muncul ketika seseorang dihadapkan pada sesuatu yang membuatnya merasa takut atau cemas. Misalnya, seseorang yang takut gagal dalam ujian karena merasa tidak siap atau takut mendapatkan nilai buruk. Ketika seseorang menghadapi situasi yang tidak terduga, seperti kecelakaan atau bencana alam, rasa takut juga bisa muncul.

4) Gembira

Setiap orang menginginkan untuk merasakan perasaan ini. Ketika seseorang merasa puas dan bahagia tentang sesuatu, mereka mungkin akan merasakan emosi ini. Misalnya, seseorang yang merasa senang menerima hadiah di hari ulang tahunnya atau melihat seseorang mencapai tujuan yang selalu diinginkannya. Selain itu, Melakukan sesuatu yang Anda sukai, seperti berolahraga atau bermain musik, juga dapat membuat Anda bahagia.

5) Sedih

Orang yang sedih mengalami perasaan yang tidak menyenangkan. Dimana ketika seseorang mengalami emosi yang tidak menyenangkan dan mengecewakan, perasaan-perasaan ini akan muncul. Menangis adalah cara umum bagi orang untuk mengekspresikan perasaannya, misalnya ketika mereka kehilangan orang yang dicintai atau gagal dalam hidup. Selain itu,

Ketika seseorang tidak memiliki tujuan yang jelas dalam hidup atau merasa sendirian, perasaan sedih juga mungkin akan muncul.

6) Terkejut

Perasaan ini kadang-kadang disebut sebagai *shock*, dan dapat terjadi ketika seseorang menghadapi situasi yang tidak terduga. Emosi ini dapat bersifat positif atau negatif, tergantung pada sumbernya (Hm, 2016). Shock dapat terjadi ketika seseorang menghadapi insiden yang tidak terduga, seperti kecelakaan, atau ketika mereka mendengar berita positif yang tidak terduga, seperti tim olahraga yang diidolakan menang.

### 2.3.3 Komponen dalam Emosi

Ada beberapa komponen penting dari emosi, yaitu:

1) Subjektif

Bagian ini membahas bagaimana latar belakang pendidikan, nilai moral, dan lingkungan sosial seseorang memengaruhi emosi yang mereka rasakan. Menurut (Budiono & Masing, 2022), Setiap orang mengalami dan menafsirkan emosi secara berbeda-beda tergantung pada budaya, latar belakang sosial, dan peristiwa hidup yang mereka alami. Misalnya, dibandingkan dengan seseorang yang dibesarkan dalam lingkungan yang lebih tertutup, seseorang yang tumbuh dalam lingkungan yang menghargai ekspresi emosi mungkin lebih terbuka dalam berbagi emosi mereka.

2) Fisiologis

Komponen fisiologis berkaitan dengan cara emosi memicu reaksi tubuh. Hal ini mencakup perubahan tekanan darah, detak jantung, dan aktivitas sistem saraf. Misalnya, tubuh seseorang mungkin menegangkan otot-ototnya dan meningkatkan detak jantungnya saat merasa ketakutan. Respons fisiologis ini dapat memengaruhi cara seseorang mengekspresikan emosi serta cara mereka merasakannya. Misalnya, seseorang yang mengalami kecemasan mungkin menunjukkan gejala fisik seperti berkeringat atau menggigit kuku.

3) Respons perilaku

Perilaku yang muncul sebagai respons terhadap emosi yang dirasakan termasuk dalam komponen ini. Dimana reaksi perilaku ini dapat muncul dalam bentuk tindakan fisik atau isyarat nonverbal seperti bahasa tubuh, air mata, atau senyuman. Misalnya, kerutan dahi dapat mengindikasikan kesedihan atau ketidakpuasan, sedangkan senyuman sering diartikan sebagai tanda kesenangan. Selain mencerminkan perasaan yang dirasakan, reaksi perilaku ini memiliki kemampuan untuk memengaruhi hubungan antarindividu dan interaksi sosial.

Baik itu kegembiraan yang memancarkan kebahagiaan, kesedihan yang menyentuh hati, atau amarah yang dapat memicu semangat, emosi memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Selain sebagai perasaan, setiap emosi ini memiliki dampak yang signifikan dan kompleks terhadap perjalanan hidup seseorang, seperti memengaruhi interaksi mereka dengan orang lain, pilihan yang mereka buat, dan pengalaman sehari-hari. Emosi memberikan warna dan makna pada kehidupan dengan bertindak sebagai inspirasi, motivator, atau bahkan rintangan yang harus dilewati.

#### **2.3.4 Fungsi-Fungsi Emosi**

Pada emosi terdapat fungsi-fungsi emosi, yaitu:

1. **Membuat Keputusan**

Dalam proses pengambilan keputusan, emosi memegang peranan yang cukup penting. Ketika dihadapkan pada pilihan, emosi dapat berperan sebagai faktor pendorong yang memengaruhi keputusan. Misalnya, kecemasan dapat membuat seseorang menghindari situasi berbahaya, sedangkan kegembiraan dapat memotivasi orang untuk memanfaatkan kesempatan yang menyenangkan.

2. **Memahami**

Memahami emosi orang lain sangat dibantu oleh ekspresi emosional mereka melalui suara dan bahasa tubuh. Seseorang dapat memahami nuansa emosi yang diekspresikan melalui bahasa tubuh, intonasi suara, dan ekspresi wajah, yang dapat memperkuat ikatan sosial dan menumbuhkan rasa empati.

### 3. Bertindak

Tindakan seseorang sering kali dipengaruhi oleh emosi yang mereka rasakan. Misalnya, orang yang sedang marah mungkin akan berperilaku lebih kasar, sementara orang yang sedang bahagia cenderung bertindak kooperatif dan konstruktif.

### 4. Melindungi Diri

Seseorang akan mengalami emosi takut jika mereka yakin bahwa mereka dalam bahaya. Hal ini dapat menyebabkan seseorang melindungi diri dengan cara lari atau meminta pertolongan pada orang lain.

### 5. Lebih Dipahami

Emosi adalah instrumen yang ampuh untuk mengomunikasikan perasaan kepada orang lain. Kemampuan untuk berkomunikasi dan mengekspresikan emosi melalui sinyal atau kode tertentu sangat penting dalam interaksi sosial karena memungkinkan orang lain untuk memahami perasaan dan situasi kita dengan lebih baik.

### 6. Bertahan Hidup

Rahasia untuk bertahan menghadapi rintangan hidup mungkin terletak pada reaksi emosional yang tepat. Kemampuan seseorang untuk menyesuaikan diri dan bertahan dalam situasi yang menantang dapat ditentukan oleh bagaimana mereka mengendalikan dan memanfaatkan emosi mereka dalam menanggapi stres, kesulitan, atau perubahan.

Selain itu, terdapat fungsi emosi dalam ekspresi komunikasi digital. Dalam komunikasi digital, ekspresi emosional sangat penting untuk mengekspresikan emosi dan membangun hubungan interpersonal. Emosi dapat meningkatkan pemahaman dalam percakapan online, memengaruhi respons penerima, dan membuat tujuan pesan lebih jelas dengan menggunakan teks, emotikon, dan grafik. Berikut ini merupakan fungsi-fungsi dari emosi dalam ekspresi komunikasi digital:

#### a. Menyampaikan Pesan

Seseorang dapat mengekspresikan perasaannya melalui emosi. Emosi dapat diekspresikan dalam komunikasi digital menggunakan teks, emotikon, atau

grafis, yang membantu penerima memahami konteks emosional dari pesan tersebut.

b. Membangun Koneksi

Dalam komunikasi digital, ekspresi emosional sangat penting untuk mempererat hubungan antarindividu. Seseorang dapat menciptakan rasa empati dan hubungan yang lebih kuat dengan orang lain melalui ekspresi emosi, seperti kegembiraan atau kesedihan.

c. Memperjelas Maksud Pesan

Emosi dapat untuk memahami makna pesan yang disampaikan. Karena intonasi suara dan ekspresi wajah tidak ada dalam komunikasi digital, penggunaan emotikon atau pilihan kata untuk menyampaikan emosi dapat membantu mengurangi kemungkinan kesalahpahaman.

d. Mempengaruhi Reaksi Penerima

Cara emosi diekspresikan dapat memengaruhi cara penerima merespons pesan tersebut. Misalnya, emotikon yang mengekspresikan kebahagiaan dapat memicu respons yang positif dari penerima.

e. Meningkatkan Pemahaman

Emosi yang disampaikan dalam komunikasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman di antara semua pihak terkait. Seorang individu dapat memberikan konteks yang lebih jelas dengan menunjukkan emosi, yang membantu audiens memahami situasi atau emosi yang mendasari komunikasi tersebut.

f. Mengganti Ekspresi Nonverbal

Bahasa tubuh dan ekspresi wajah sangat penting dalam percakapan tatap muka. Sedangkan *GIF* dan emotikon, di sisi lain, berfungsi sebagai pengganti ekspresi nonverbal dalam komunikasi digital, membantu dalam menyampaikan ekspresi emosional yang halus dan mungkin sulit untuk diungkapkan hanya dengan kata-kata atau teks.

g. Mendorong Interaksi yang Lebih Aktif

Keterlibatan dalam komunikasi digital dapat ditingkatkan melalui emosi. Seseorang akan lebih cenderung berpartisipasi secara aktif dalam

percakapan, berbagi pengalaman, dan memberikan komentar ketika mereka memiliki ikatan emosional.

h. Menyesuaikan Diri dengan Konteks

Individu harus menyesuaikan ekspresi emosional mereka dalam komunikasi digital agar sesuai dengan konteks percakapan. Misalnya, dalam lingkungan profesional, emotikon digunakan secara lebih formal dibandingkan dalam interaksi informal.

### 2.3.5 Emosi dalam Media Sosial

Di era yang semakin modern ini, hampir semua orang berinteraksi dengan menggunakan internet, salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan oleh hampir semua orang untuk terhubung secara daring saat ini. Media sosial hadir sebagai alat komunikasi internet. Keberadaan media sosial, khususnya Instagram, memaksa orang untuk mengekspresikan, berbagi, dan menampilkan keadaan emosi mereka. Pengguna platform jejaring sosial ini dapat menggunakan sejumlah fitur yaitu seperti, cerita, komentar, dan pesan langsung (*DM*), yang dapat digunakan untuk mengekspresikan perasaan mereka. Selain itu, platform media sosial tertentu dapat memberikan pengguna fitur untuk memilih siapa yang dapat melihat unggahan pada kiriman mereka (Rohman et al., 2019a, 2019b).

Media sosial menyediakan tempat bagi setiap penggunanya untuk mengekspresikan emosi mereka. Di sisi lain, unggahan di media sosial sering kali lebih rentan terhadap kesalahpahaman karena ungkapan yang telah disampaikan di media sosial, lalu di interpretasikan dengan cara yang berbeda oleh orang yang melihatnya. Emosi yang dapat diekspresikan melalui media sosial yaitu dengan mengunggah teks, musik, foto, video, dan GIF. (Handayani & Pratisti, 2018; Khairunnisa & Alfaruqy, 2022).

Kompleksitas perasaan yang muncul dalam diri seseorang dan kemudian dikomunikasikan melalui media sosial, baik berupa teks, foto, audio, maupun video, dapat diartikan sebagai emosi yang ditampilkan di media sosial. Selain untuk berbagi, cara ini bertujuan untuk membangun hubungan dengan orang lain sehingga orang lain yang melihat atau mendengarnya dapat berempati dan

memahami kondisi emosi yang sedang dialami. Hasilnya, orang akan mengantisipasi jawaban yang relevan dari orang lain, sehingga menumbuhkan pertukaran online yang lebih kompleks dan simpatik.

Konten yang disajikan dalam media sosial sering sekali disesuaikan dengan pengguna. Hal ini dapat membuat pengguna media sosial untuk mengekspresikan emosinya, dikarenakan konten tersebut dapat memengaruhi suasana perasaan dalam dirinya. Contoh: Seorang pendukung sepakbola tim nasional Indonesia melihat postingan skor akhir pertandingan Indonesia, yang dimana Indonesia kalah atas lawannya. Sehingga hal ini membuat orang tersebut emosi dan mengekspresikannya melalui komentar yang tersedia pada postingan tersebut (Agustina, 2020; Shahbudin, 2020).

#### **2.4 Media Sosial**

Banyak orang merasa sangat sulit untuk menghindari penggunaan media sosial di zaman teknologi digital yang canggih ini. Hal ini merupakan hasil dari penyebaran dan integrasi media sosial ke dalam hampir setiap aspek kehidupan kita sehari-hari. Istilah “media” dan ‘sosial’ memiliki makna yang mendalam, dimana “media” dapat dipahami sebagai instrumen komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan informasi, sementara “sosial” mengacu pada hubungan interpersonal dan interaksi dalam masyarakat. Oleh karena itu, media sosial dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, dan kontribusi konstruktif bagi masyarakat selain digunakan untuk berbagi informasi (Hajarudin, 2023). Media sosial dalam situasi ini berfungsi sebagai penghubung antara berbagai lapisan masyarakat, memfasilitasi berbagi konsep, sudut pandang, dan nilai-nilai yang meningkatkan hubungan interpersonal kita.

Di era digital saat ini, hampir tidak mungkin bagi orang untuk tidak menggunakan media sosial secara teratur. Fenomena ini terjadi sebagai hasil dari kemampuan media sosial untuk membuat orang tetap terhubung bahkan ketika mereka terpisah oleh jarak yang jauh dan dimana media sosial dapat menawarkan alat komunikasi yang efektif. Platform-platform ini sekarang menjadi alat yang sangat berguna dan praktis yang dapat digunakan di mana

saja dan kapan saja karena kecepatan dan kenyamanan akses ke informasi yang mereka sediakan. Menurut (Riyani Sijabat et al., 2024), media sosial adalah instrumen yang ampuh untuk branding, pemasaran, dan berbagi informasi selain sebagai saluran komunikasi. Dalam hal ini, media sosial merupakan komponen penting dalam kehidupan kontemporer yang tidak dapat diabaikan karena dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

Jumlah orang yang menggunakan internet dan berpartisipasi dalam berbagai platform media sosial meningkat secara dramatis akhir-akhir ini. Setiap platform media sosial memiliki fitur dan layanan yang berbeda yang mendefinisikan keunggulan dan kualitas khususnya. Secara umum, media sosial menyediakan berbagai fitur menarik seperti obrolan, berbagi foto, video, dan masih banyak lagi, yang memungkinkan interaksi pengguna yang lebih imajinatif dan dinamis. Selain itu, media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menciptakan kontak yang lebih intim, personal, dua arah, dan interaktif, sehingga mereka dapat mengembangkan ikatan yang lebih kuat dengan orang yang mereka cintai, teman, dan komunitas yang mereka minati. Hal ini membuat media sosial dapat digunakan untuk berbagi peristiwa kehidupan dan membangun ikatan sosial yang lebih kuat selain memberikan hiburan.

Sebagai platform digital yang sangat dinamis dan menarik, media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi, berkomunikasi, dan menghasilkan berbagai jenis materi dengan cara yang kreatif. Selain merujuk pada alat digital yang memfasilitasi hubungan antar manusia, kata “media sosial” juga merujuk pada komunitas online yang memfasilitasi interaksi sosial secara real-time. Media sosial memungkinkan orang untuk bekerja sama, berkomunikasi dan berbagi ide, serta menciptakan komunitas yang saling mendukung. Media sosial merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari di era digital saat ini, karena dapat digunakan untuk mempromosikan barang, mengembangkan merek, dan dapat menyebarkan berbagai macam informasi yang efektif (Fauziyah, 2022).

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik dalam berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, seperti memberi komentar, dan memberikan umpan balik. Dimana memberikan ruang terbuka bagi siapapun, termasuk perempuan, untuk berkontribusi melalui komentar dan interaksi bebas (Lubis, 2014). Selain itu, pengguna dapat dengan cepat dan efektif untuk berbagi informasi satu sama lain. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media massa tradisional mulai kehilangan penggunaannya di masyarakat karena kecepatan dan kemudahan akses informasi melalui media sosial. Pengguna media sosial sangat dipengaruhi oleh munculnya media sosial bahwa mereka bukan hanya sebagai penonton tetapi juga sebagai pemilik dan pengelola hal-hal yang mereka lihat. Akibatnya, media sosial berfungsi sebagai platform untuk mengekspresikan diri dan membangun komunitas selain komunikasi.

#### **2.4.1 Jenis Media Sosial**

##### **1. Layanan Blog**

Media sosial semacam ini menyediakan forum untuk menangkap dan melestarikan ide, sudut pandang, dan data mengenai topik tertentu. Blogger adalah pengguna aktif di platform ini yang menciptakan komunitas berdasarkan minat yang sama selain untuk mengekspresikan diri. Wordpress dan Blogger adalah dua sistem terkenal dalam kategori ini (Nandy, 2021) yang menyertakan sejumlah alat untuk membantu pengguna mengatur dan mendistribusikan materi mereka .

##### **2. Layanan untuk Jejaring Sosial**

Karena layanan ini memudahkan interaksi dan berbicara dengan pengguna lain, membuat layanan ini termasuk yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dan membentuk ikatan sosial yang lebih kuat dengan mengirimkan pesan, gambar, video, dan suara. Popularitas layanan ini tidak dapat dipisahkan dari kemampuannya untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan menghibur untuk berinteraksi. Layanan jejaring sosial biasanya berbasis web, yang dilengkapi dengan berbagai

macam fitur bagi penggunanya agar dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi (Putra, 2013).

### 3. Layanan Mikroblog

Meskipun situs-situs ini menyediakan fungsi yang serupa dengan blog, microblogging menyediakan gaya yang lebih cepat dan ringkas. Pengguna dapat berkomunikasi dengan lebih cepat dan efektif dengan bertukar ide atau informasi dengan gaya yang ringkas. Fitur-fitur ini membuat layanan microblogging menjadi pilihan yang sangat baik bagi siapa saja yang ingin menyebarkan informasi dengan cepat tanpa harus membuat konten yang panjang.

### 4. Layanan Berbagi Media

Situs jejaring sosial ini terutama didesain untuk memudahkan penggunanya berbagi materi visual, seperti gambar dan video. Salah satu contoh terbaik dalam bidang ini adalah Instagram, yang telah membangun komunitas yang dinamis, di mana para penggunanya bisa berinteraksi satu sama lain dan mengekspresikan kreativitas mereka melalui gambar-gambar visual (liputan6, 2024).

### 5. Layanan Forum

Pengguna dapat mendiskusikan dan berbagi pemikiran mereka tentang berbagai subjek atau masalah dalam ruang obrolan terstruktur pada jenis jejaring sosial yang lebih tradisional ini. Forum memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi dan pengalaman melalui percakapan yang lebih menyeluruh dan terorganisir. Sebagai ilustrasi platform media sosial dengan konsep forum yaitu Kaskus telah berkembang menjadi tujuan bagi komunitas dengan berbagai macam minat.

## 2.4.2 Fungsi Media Sosial

Berikut ini merupakan fungsi dari media sosial:

### 1. Meningkatkan interaksi antar manusia

(Fahrimal, 2018), Orang-orang dari berbagai tempat dan latar belakang dapat terhubung satu sama lain melalui media sosial. Meskipun terpisah jarak secara geografis, platform ini memungkinkan komunikasi real-

time, berbagi pengalaman, dan pengembangan ikatan yang lebih kuat di antara para pengguna melalui penggunaan teknologi internet. Dalam rangka membangun komunitas yang ramah dan saling mendukung, peran ini sangat penting.

2. Sebagai media informasi

Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi yang mudah diakses dan cepat. Hanya dengan beberapa klik, pengguna dapat mengakses berita terbaru, artikel, dan jenis konten edukasi lainnya. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi pertukaran informasi secara langsung di antara para pengguna, sehingga mempercepat penyebaran berita dan informasi di masyarakat.

3. Sebagai media hiburan

Berbagai macam informasi menarik, termasuk siaran langsung, video lucu, dan meme, dapat ditemukan di media sosial, yang juga berfungsi sebagai platform hiburan. Selain terlibat pada konten dengan berbagi dan memberikan komentar, pengguna bisa menikmati berbagai pilihan hiburan yang sesuai dengan minat mereka. Selain menyenangkan, fungsi ini dapat meningkatkan ekspresi diri dan kreativitas. Instagram menjadi ruang utama ekspresi diri generasi muda, tempat mereka menampilkan gaya hidup, estetika visual, dan aktivitas hiburan digital (Fahrezi et al., 2025).

4. Pemasaran dan bisnis

Media sosial sekarang menjadi instrumen yang sangat kuat untuk mempromosikan dan memasarkan bisnis. Bisnis dapat menggunakan platform ini untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung, memperluas pengikut mereka, dan mengembangkan merek mereka. Media sosial dapat meningkatkan pendapatan dan loyalitas konsumen jika digunakan secara efektif. Pemasaran melalui jejaring media sosial tidak hanya meningkatkan visibilitas merek tetapi juga menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen (Rudyanto, 2018)

5. Membangun kesadaran sosial

Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran akan isu-isu politik, sosial, dan lingkungan. Pengguna dapat memobilisasi dukungan untuk berbagai isu dan menyebarkan pesan-pesan penting melalui kampanye dan lain sebagainya. Fitur ini mencontohkan bagaimana media sosial dapat membentuk persepsi publik dan mendorong perubahan sosial yang konstruktif.

### 2.4.3 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan dari bentuk komunikasi lainnya. Beberapa karakteristik yang ada dalam media sosial yaitu:

1. Ikut serta atau partisipasi

Pengguna didorong untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai aktivitas di media sosial, termasuk bertukar konten, menyuarakan ide, dan melakukan percakapan. Keterlibatan dalam komunitas online dan rasa memiliki adalah tujuan dari partisipasi ini.

2. Keterbukaan

Banyak situs media sosial yang menerima interaksi dan komentar pengguna. Hal ini memudahkan orang untuk mendapatkan informasi dan memberikan umpan balik. Peningkatan transparansi dan kepercayaan antara konsumen dan produsen konten adalah tujuan dari keterbukaan ini.

3. Keterhubungan

Tujuan dari media sosial adalah untuk membantu orang terhubung satu sama lain dengan memungkinkan komunikasi langsung, berbagi pengalaman, dan menciptakan jaringan sosial. Keterhubungan ini berfungsi untuk meningkatkan jangkauan sosial dan menumbuhkan peluang adanya kerja sama.

4. Komunitas

Media sosial memungkinkan terciptanya komunitas yang terdiri dari orang-orang yang memiliki tujuan atau minat yang sama. Pengguna dapat berkomunikasi, bertukar informasi, dan menawarkan bantuan satu

sama lain dalam komunitas ini. Tujuan komunitas ini adalah untuk menumbuhkan rasa memiliki dan dukungan sosial di antara para anggotanya. Dalam hal ini media sosial dapat menciptakan dan memberikan rasa kebersamaan (Martinez, 2025).

#### 5. Interaksi

Kemampuan interaksi media sosial memungkinkan terjadinya percakapan “dua arah” antar pengguna (Sari et al., 2018). Pengguna juga dapat berkomunikasi melalui fitur berbagi, suka, dan komentar. Pertukaran ini dimaksudkan untuk menumbuhkan komunikasi positif dan meningkatkan koneksi pengguna.

### 2.5 Media Sosial Instagram

Mike Krieger dan Kevin Systrom merupakan orang yang mendirikan situs jejaring sosial Instagram, yang didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010, Instagram didirikan bersama Burn INC. Instagram diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012. Instagram pertama kali dikembangkan secara eksklusif untuk pengguna iOS yang sebelumnya hanya menyediakan versi Android pada tahun 2012. Pada awal tahun 2025, sudah terdapat lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan aplikasi Instagram (Kumar, 2025).

"*Instant*" dan "*gram*" adalah kata-kata yang menjadi asal nama Instagram. Istilah "*instant*" mengacu pada kemampuan Instagram untuk menampilkan gambar secara langsung. Sedangkan kata "*telegram*" berasal dari kata "*gram*" yang mengacu pada metode pengiriman pesan yang cepat dan efektif. Instagram adalah platform jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan membagikan foto dan video. Saat ini media sosial Instagram juga menyediakan berbagai jenis fitur-fitur seperti komentar dan DM (*Direct Message*). Instagram dimulai sebagai aplikasi berbagi foto yang sederhana dan kini telah berkembang menjadi salah satu situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Selain memungkinkan pengguna untuk mengirimkan foto, aplikasi ini juga memiliki sejumlah filter yang menarik dan alat lainnya yang memungkinkan pengguna untuk dapat mengedit dan menyempurnakan foto yang diambil dengan perangkat seluler

mereka. Program ini terus diperbarui dan ditingkatkan dari waktu ke waktu, yang memungkinkan pengguna untuk menandai individu dalam foto dan menambahkan data lokasi dan informasi terkait lainnya. Kemudian seiring kemajuan Instagram muncul beberapa fitur yang menjadi pusat komunikasi visual naratif yaitu, seperti komentar, tag, dan *DM* (Rejeb et al., 2022).

Salah satu pengaruh utama terciptanya Instagram adalah kecintaan Kevin Systrom, salah satu pendiri Instagram, yang sangat suka terhadap fotografi dan seni visual. Systrom mengubah cara orang berkomunikasi dan berbagi peristiwa penting dalam hidup mereka dengan memiliki visi yang jelas untuk menyediakan platform yang memungkinkan pengguna dalam mengekspresikan diri mereka sendiri dan berinteraksi dengan orang lain. Instagram telah dengan cepat memperluas basis penggunanya dan berevolusi menjadi lebih dari sekadar aplikasi, Instagram telah menjadi komponen penting dalam masyarakat kontemporer, yang memengaruhi cara kita memandang dan mengkomunikasikan dunia. Dimana saat ini Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan ekspresi visual yang dianggap sebagai tempat untuk menunjukkan diri melalui foto dan visual storytelling (Markivska et al., 2020).

Pada profil penggunanya, pengguna Instagram dapat berbagi dan membuat postingan yang menyertakan teks, gambar, dan video. Kemudian like, komentar, dan pesan langsung merupakan cara tambahan yang dapat digunakan pengguna media sosial Instagram untuk berkomunikasi satu sama lain. Instagram telah berkembang dari waktu ke waktu menjadi platform untuk umpan balik dan saran, khususnya bagi orang Indonesia. Selain itu, Instagram juga merupakan salah satu platform media bisnis yang paling banyak digunakan di Indonesia (Veranita et al., 2021).

### **2.5.1 Fitur-Fitur Instagram**

Instagram memiliki berbagai macam fitur. Berikut ini merupakan fitur-fitur yang ada dalam media sosial Instagram.

#### **1) Postingan**

Kemampuan pengguna untuk berbagi unggahan mereka sendiri adalah elemen penting dari situs media sosial Instagram. Pengguna dapat dengan

mudah berbagi foto dan video mereka sendiri dengan pengikut mereka dengan cara ini, dimana dapat memberikan mereka akses terhadap kenangan yang tak ternilai, pengalaman yang menarik, atau kreasi artistik. Selain itu, dengan memungkinkan pengguna untuk menyukai, mengomentari, dan membagikan unggahan orang lain, fitur ini mendorong interaksi sosial dan membuat komunitas lebih terlibat.

## 2) Cerita

Fitur “*Stories*” pada platform media sosial Instagram memungkinkan pengguna memposting gambar dan video berdurasi pendek. Karena konten ini hanya tersedia selama dua puluh empat jam, para penggemar percaya bahwa momen yang dibagikan adalah momen yang eksklusif. Fitur ini membuat interaksi pengguna menjadi lebih hidup dan menarik dengan memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman sehari-hari, momen-momen yang tak terlupakan, atau hanya sekedar kreativitas mereka.

## 3) *Reels*

Fungsi *Reels* di Instagram memungkinkan pengguna untuk memposting video singkat, menawan, dan imajinatif yang mudah dibagikan dengan pengguna lain. Video-video ini sering kali menarik banyak penonton, yang meningkatkan partisipasi dan interaksi. Selain itu, *Reels* dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan akun bisnis, memberikan mereka kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan meningkatkan potensi pemasaran barang dan jasa mereka. *Reels* terbukti lebih efektif dibandingkan dengan postingan teks dalam pemasaran di Instagram (Melindasari & Ariescy, 2024).

## 4) Siaran Langsung

Fungsi siaran langsung di Instagram ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain di jaringan media sosial. Dengan bantuan komponen visual yang mendukung, fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi kenangan secara *real time*, membuat pengalaman menjadi lebih *imersif*. Pengguna dapat berinteraksi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan umpan balik secara *real time*

selama siaran langsung, yang membuat setiap sesi menjadi kesempatan untuk menjalin ikatan yang lebih dekat dengan audiens mereka.

5) Suka

Ada beberapa elemen pada platform media sosial Instagram yang memungkinkan pengguna berkomunikasi satu sama lain secara langsung. Tombol “*like*” yang muncul di setiap postingan adalah salah satu cara untuk berinteraksi. Pengguna dapat menggunakan alat ini untuk mengungkapkan rasa terima kasih mereka atas postingan yang menurut mereka menginspirasi, menghibur, atau disukai. Selain mendukung pembuat konten, pengguna yang mengklik tombol “*like*” juga mempengaruhi algoritma Instagram, yang dapat berdampak pada popularitas dan visibilitas postingan di seluruh komunitas secara luas. Selain itu, *like* juga dapat menambah rasa percaya diri pada seseorang (Susilawaty et al., 2023)

6) Komentar

Pengguna memiliki kesempatan untuk terlibat dan terhubung satu sama lain berkat fungsi fitur komentar ini. Fitur komentar sering digunakan untuk mengekspresikan pemikiran, saran, dan kritik. Ini adalah alat yang sangat penting untuk memulai percakapan di antara para pengguna. Fitur yang biasanya ditemukan di bagian bawah postingan Instagram ini memungkinkan pengguna untuk dengan cepat membalas atau mengekspresikan pendapat mereka tentang konten yang telah dipublikasikan. Fungsi ini membuat interaksi sosial di platform media sosial menjadi lebih hidup, sehingga dapat mendorong dialog yang produktif.

7) Berbelanja atau *shop*

Pengguna Instagram sekarang memiliki akses ke alat canggih yang membuatnya lebih mudah dan efektif untuk menjual barang mereka. Fitur ini membuat belanja menjadi lebih terintegrasi dan praktis dengan menghilangkan kebutuhan konsumen untuk berpindah-pindah situs jejaring sosial untuk melakukan pembelian. Selain itu, fungsi ini dapat langsung dihubungkan ke sebuah postingan, yang memfasilitasi kemampuan pengguna untuk menemukan dan membeli barang yang mereka inginkan dengan sekali klik. Selain itu, fungsi ini tidak hanya mempercepat proses

transaksi, tetapi juga membuatnya lebih nyaman bagi pengguna media sosial untuk berbelanja secara online daripada secara langsung. Di era digital saat ini, hal ini membuat proses belanja menjadi lebih efisien dan menyenangkan.

#### 8) Catatan

Pengguna situs media sosial Instagram dapat menulis pesan singkat menggunakan fitur catatan. Pengikut memiliki waktu satu hari atau dua puluh empat jam untuk melihat dan mengakses fitur ini. Fungsi ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berbagi pemikiran atau momen secara singkat, sehingga memberikan rasa eksklusivitas pada hubungan sosial mereka (Adsqoo, 2024) Hal ini membuat individu dapat mengekspresikan diri mereka dengan lebih bebas tanpa perlu khawatir akan daya tahan konten yang dibagikan.

#### 9) Avatar

Setiap pengguna dapat memanfaatkan *avatar* untuk menciptakan representasi diri mereka yang khas dan disesuaikan. Representasi ini dapat mengambil berbagai bentuk, seperti gambar kartun, figur 3D, atau emoji, dan memungkinkan orang untuk secara kreatif mengkomunikasikan kepribadian, hobi, dan gaya mereka. Pengguna dapat meningkatkan keterlibatan sosial di platform digital dengan menggunakan *avatar*, yang menambah semangat dan warna dalam percakapan.

### 2.5.2 Karakteristik Komunikasi di Media Sosial Instagram

Karakteristik komunikasi di Instagram sangat kaya dan dinamis, termasuk tingkat interaktivitas yang tinggi, dimana memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam percakapan yang lebih mendalam menggunakan fitur seperti *Stories*, *Direct Messages*, dan IG Live, selain dari berkomentar, menyukai, dan membagikan konten. Kemudian Instagram juga memudahkan pengguna untuk menyampaikan pesan visual yang kuat dan menarik melalui foto dan video, memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif dan menarik perhatian *audiens*. Selain itu, platform ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membangun hubungan yang lebih intim dan personal dengan audiens mereka, menciptakan komunitas yang

hidup dan mendukung. Instagram juga merupakan alat yang berguna untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan pengikut berkat adanya fitur-fitur seperti tag lokasi, *hashtag*, dan kolaborasi pengguna (Pratama, 2024).

## 2.6 Pesan

pesan adalah sesuatu yang terkirim atau rangsangan yang memberikan arti, informasi yang dikirim sebagai transaksi komunikasi. Istilah pesan ini dapat digunakan secara bergantian. Pesan dipindahkan dapat dikirim melalui jaringan verbal dan menggunakan kata-kata. Sedangkan melalui nonverbal menggunakan tindakan, ekspresi muka dan gestur atau melalui jaringan verbal dan nonverbal secara bersamaan. Berikut ini merupakan elemen-elemen pada pesan:

1. Pengirim

Merupakan pihak yang ingin menyampaikan pesan. Dalam hal ini dapat menjadi seseorang, kelompok, atau organisasi. Tujuan dari pengirim yaitu untuk menyampaikan sebuah informasi atau mengungkapkan perasaan kepada penerima.

2. Penerima

Merupakan pihak yang menerima dan menginterpretasikan pesan. Dimana tugasnya sebagai pihak yang memahami makna pesan yang disampaikan oleh pengirim dan merespon sesuai tujuan komunikasi.

3. Sarana Komunikasi

Sarana komunikasi atau media yang digunakan untuk mengirim pesan dari pengirim ke penerima. Seperti, telepon, media sosial, surat email, pembicaraan langsung dan sebagainya.

4. Konteks Komunikasi

Konteks sangat penting karena mempengaruhi pemahaman pesan oleh penerima. Dimana konteks mencakup situasi, tempat, waktu, dan kondisi dimana pesan disampaikan.

5. Budaya dan Latar Belakang

Memiliki peran penting dalam mempengaruhi interpretasi pesan. Dimana budaya dapat menyebabkan pesan diartikan berbeda oleh penerima. Sehingga pesan merupakan bagian penting dalam komunikasi hubungan antar manusia.

## **2.7 Konteks Penelitian**

### **2.7.1 Pendukung Sepak Bola Indonesia**

Dengan jutaan pendukung yang memiliki semangat tinggi, sepak bola adalah olahraga paling populer di Indonesia dan seluruh dunia. Ada banyak penggemar sepak bola di Indonesia, yang membuat setiap pertandingan menjadi menarik dan penuh semangat. Hal ini terlihat jelas saat tim nasional Indonesia bermain, dimana tiket pertandingan dengan cepat terjual habis, menunjukkan betapa masyarakat sangat mencintai dan mendukung olahraga ini. Sepak bola menjadi lebih dari sekadar permainan, dimana sepak bola menjadi komponen penting dari budaya dan identitas negara (Perdana, 2025).

Menurut (Werdiyanti, 2019) pendukung sepak bola atau yang biasa disebut dengan suporter biasanya memiliki kecintaan yang lebih dibandingkan penonton biasa yang cuma sekedar hadir di stadion. Suporter sepak bola di Indonesia tidak hanya mendukung tim kesayangannya pada saat di lapangan saja tetapi juga diluar lapangan yang berbentuk komunitas atau organisasi suporter sepak bola. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tim-tim klub liga Indonesia yang memiliki suporter yang sangat luar biasa, seperti Persib Bandung, Persija Jakarta dan Persebaya Surabaya. Klub-klub ini memiliki suporter yang sangat fanatisme tidak hanya saat pertandingan, suporter ini memiliki organisasi di luar lapangan yang anggotanya sangat banyak. Tidak hanya itu, di saat Persib Bandung bermain di negara lain, seperti China dan Thailand banyak sekali suporter Persib Bandung yang hadir menonton meskipun tidak bermain di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu contoh bukti nyata bahwa suporter di Indonesia memiliki rasa cinta dan fanatisme yang tinggi terhadap olahraga sepak bola.

(Siregar & Djuyandi, 2021), mengungkapkan bahwa, semua elemen suporter sepak bola di seluruh Indonesia akan bersatu dan menjadi lebih besar ketika tim nasional sedang bermain. Tim nasional adalah tim yang bermain mewakili

suatu negara. Sehingga apabila tim Nasional Indonesia sedang bermain, maka banyak sekali suporter Indonesia yang datang ke stadion bahkan sampai stadion penuh. Tidak hanya itu, negara yang memiliki populasi dua ratus delapan puluh empat juta jiwa tersebut sering sekali mengadakan nonton bareng di setiap daerah di Indonesia. Apalagi tim nasional sepak bola Indonesia saat ini lolos ronde ke 3 kualifikasi piala dunia. Hal ini membuat minat dan ketertarikan seluruh masyarakat Indonesia tidak hanya suporter melainkan seluruh elemen masyarakat untuk menyaksikan pertandingan tim nasional sepak bola Indonesia. Banyaknya minat menonton tim nasional sepak bola Indonesia membuat tiket pertandingan terjual habis hanya dalam beberapa waktu. Tidak hanya itu saja, PSSI sebagai Federasi sepak bola Indonesia mengadakan nonton bareng di bagian luar halaman stadion Gelora Bung Karno, Dimana stadion tersebut digunakan dalam pertandingan tim nasional sepak bola Indonesia sebagai markas. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia memiliki minat yang sangat luar biasa terhadap sepak bola, terutama timnas Indonesia.

Komunitas suporter sepak bola yang terbentuk di Indonesia tidak hanya mendukung tim sepak bola lokal saja, tetapi juga tim sepak bola di luar negeri. Banyak sekali pendukung sepak bola di Eropa, seperti Inggris dan Spanyol yang sebagian besar pendukungnya berasal dari negara Indonesia. Salah satu bukti klub di negara Eropa mengakui besarnya dukungan dari masyarakat Indonesia terhadap timnya yaitu dengan memposting foto dengan menggunakan caption berbahasa Indonesia. Kemudian tujuan dibentuknya komunitas suporter sepak bola yaitu sebagai wadah untuk suporter sepak bola dalam mendukung tim kesayangannya dan disatukannya suporter-suporter sepak bola yang memiliki tim kebanggaan yang sama (Syahputra, 2022).

Pendukung sepak bola di Indonesia rela melakukan apa saja yang berhubungan dengan tim kesayangannya. Rasa cinta dan bangga yang berlebihan itulah yang disebut fanatisme. Fanatisme pada pendukung sepak bola yaitu rasa yang berlebihan pada tim sepak bola yang dapat menimbulkan perseteruan dan konflik (Rumpoko, 2018). Maka banyak sekali konflik yang terjadi pada sepak bola yang disebabkan oleh fanatismenya suporter dalam mendukung tim kesayangannya. Fanatisme memiliki dampak yang sangat luar

biasa dalam kehidupan seseorang. Segala sesuatu yang diyakini oleh suporter sepak bola merupakan semangat hidup dan identitas pada diri mereka.

Para pendukung tim nasional sepak bola Indonesia menunjukkan berbagai macam emosi yang kuat, yang mencerminkan kebanggaan besar mereka terhadap tim nasional Indonesia, yang dengan gagah berani mengenakan lambang garuda di dada mereka. Aspirasi dan cita-cita setiap orang Indonesia diwujudkan dalam kebanggaan ini, yang lebih dari sekedar simbol. Ketika tim nasional Indonesia memenangkan pertandingan spektakuler, sudah menjadi hal yang biasa untuk menyaksikan kegembiraan yang luar biasa yang menyatukan semua pendukung dalam kegembiraan yang tak terbayangkan. Namun, ketika tim nasional tampil buruk atau dicurangi oleh wasit, rasa kekecewaan dan kemarahan yang mendalam juga pasti akan muncul pada pendukung tim nasional sepak bola Indonesia. Kejadian-kejadian ini menjadi pengingat akan kasih sayang yang besar dan standar yang tinggi dari para penggemar, yang selalu bersedia untuk mendukung tim nasional di saat-saat senang maupun sedih. Para pendukung tim nasional sepak bola Indonesia merasakan perasaan yang tidak hanya sebagai respon terhadap hasil pertandingan, tetapi juga merupakan cerminan dari persatuan dan kebanggaan nasional yang menyatukan mereka di balik tujuan bersama untuk menyaksikan tim nasional Indonesia berjaya di kancah internasional. Para pendukung tim nasional Indonesia menunjukkan rasa komitmen yang kuat terhadap tim sepak bola mereka selain mengekspresikan perasaan mereka. Mereka tidak berpikir dua kali untuk menonton langsung pertandingan dari rumah, bersorak dan mendukung tim, atau datang langsung ke stadion. Lebih jauh lagi, sungguh luar biasa bagaimana para pendukung tim nasional Indonesia tetap bertahan, bahkan ketika tim mengalami kesulitan di lapangan, tampil buruk, atau bahkan memberikan hasil yang mengecewakan. Mereka adalah komponen penting dalam upaya tim nasional untuk meraih kemenangan karena pengabdian mereka, yang menunjukkan kecintaan dan kebanggaan yang mendalam terhadap tim. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap gol yang tercipta bukan hanya untuk kemenangan di lapangan, tetapi juga kemenangan untuk seluruh rakyat Indonesia (David, 2024).

(J. I. Dharma, 2025), media sosial kini menjadi saluran utama bagi Timnas Indonesia untuk berinteraksi dengan para penggemarnya. Platform media sosial digunakan untuk mengunggah konten tentang tim nasional, seperti berita terbaru, analisis pertandingan, atau momen-momen bersejarah yang memotivasi. Cara penting lainnya untuk berpartisipasi adalah dengan memberikan komentar yang menyemangati dan mendukung pada postingan pemain dan akun resmi tim nasional. Dengan melakukan hal ini, para pendukung membantu meningkatkan semangat tim selain menunjukkan perasaan dan komitmen mereka. Melalui pertukaran ini, basis penggemar yang kuat akan lebih terbentuk, dan setiap suara dan dukungan yang diberikan dapat secara langsung mempengaruhi motivasi para pemain. Ini adalah beberapa contoh nyata dari pengabdian dan kasih sayang yang ditunjukkan oleh para pendukung tim nasional sepak bola Indonesia.

### **2.7.2 Akun Instagram @433**

Akun Instagram 433 merupakan akun yang memberi informasi tentang seputar dunia sepak bola. Tidak hanya dengan pertandingan sepak bola, akun Instagram 433 juga memberi informasi tentang transfer pemain dalam sebuah klub, dan juga memposting tentang para pemain sepak bola baik saat menjalani pertandingan dan diluar konteks pertandingan, seperti pemain yang sedang berlibur dan lainnya. Akun Instagram 433 juga mengunggah tentang berbagai macam penghargaan dalam sepak bola, klasemen liga, memposting tentang suporter dan yang terakhir adalah skor pertandingan. Akun Instagram 433 tidak hanya memberi informasi tentang sepak bola Eropa, melainkan mengupdate tentang sepak bola hampir di seluruh dunia. Terutama yaitu liga Eropa, seperti Inggris, Spanyol, Belanda, Jerman dan Italia. Tidak hanya klub-klub, akun 433 juga meng update tentang hasil pertandingan sebuah negara, seperti UEFA Nation League, Copa America, bahkan kualifikasi piala dunia, Dimana hampir seluruh negara mengikuti kualifikasi piala dunia untuk menentukan negara mana yang lolos pada kompetisi piala dunia. Hal inilah yang membuat akun 433 dikenal dan banyak di akses oleh pengguna Instagram yang menyukai sepak bola di seluruh dunia.

Selain itu, pada bulan Oktober 2024 lalu. Akun Instagram 433 ramai dikunjungi oleh masyarakat Indonesia terutama pendukung Timnas Sepak Bola Indonesia. Dimana akun Instagram 433 memposting hasil pertandingan kualifikasi Piala Dunia Ronde Ketiga, yang pada halaman pertama yaitu skor akhir dari pertandingan Indonesia melawan Bahrain. Banyaknya masyarakat Indonesia berkomentar pada postingan tersebut lantaran kesal dan ingin meluapkan emosinya yang mereka anggap wasit curang sehingga Bahrain mencetak gol di atas batas tambahan waktu yang telah ditentukan. Komentar yang diperoleh pada satu postingan tersebut yaitu lebih dari dua ratus lima puluh ribu komentar atau tanggapan yang mengkritik kinerja wasit. Hal ini mendapat respons dari akun Instagram 433 dengan memposting unggahan notifikasi pada handphonenya yang dimana masyarakat Indonesia tidak berhenti menyukai dan berkomentar pada postingan yang diunggahnya. Kemudian akun Instagram 433 memposting unggahan tentang ketidakadilan yang dilakukan oleh wasit Ahmed Al Kaf yang menambah tambahan waktu pada pertandingan Indonesia melawan Bahrain. Postingan tersebut memiliki gambar yang didalamnya terdapat seseorang pemain yang memiliki nomor punggung 90 ditambah dengan seorang pemain sepak bola yang memiliki nomor punggung 6, kemudian menggunakan tanda sama dengan, dimana di tanda sama dengan ada seorang pemain yang menggunakan nomor punggung 99. Hal ini merupakan sindiran terhadap wasit yang dimana tambahan waktu 90 ditambah dengan 6, maka seharusnya peluit dibunyikan pada menit 96, namun dibunyikan pada menit 99. Dan pada saat itulah Timnas Indonesia memasukkan gol yang mengubah skor menjadi 2-2. Postingan ini mendapat sorotan dari masyarakat Indonesia.

### **2.7.3 Kepemimpinan Wasit Ahmed Al Kaf**

Ahmed Al Kaf merupakan wasit yang lahir pada 6 Maret 1983 di Oman. Ia menjadi wasit internasional FIFA sejak tahun 2010. Pada tanggal 10 Oktober 2024, wasit Ahmed Al Kaf mendapat sorotan di seluruh Indonesia bahkan dunia. Ia dianggap tidak adil oleh seluruh masyarakat Indonesia pada gelaran kualifikasi Piala Dunia Ronde Ketiga. Dimana pada saat itu ia memimpin pertandingan Bahrain melawan Indonesia. Wasit Ahmed Al Kaf dianggap

curang oleh masyarakat Indonesia karena telah membiarkan pertandingan berlangsung sampai menit ke 99, Dimana tambahan waktu hanya 6 menit sehingga harusnya peluit akhir pertandingan dibunyikan pada menit ke 96. Apabila wasit meniup peluit akhir pada menit 96, maka Indonesia memenangkan pertandingan karena pada menit ke 96 Timnas Indonesia masih unggul dengan skor 2-1, kemudian wasit tetap melanjutkan pertandingan dan Indonesia memasukkan gol pada menit ke 99 yang seharusnya waktu tambahan telah selesai. Hal ini yang membuat Timnas sepak bola Indonesia gagal menang dan membuat skor akhir sama kuat yaitu 2-2. Padahal apabila Indonesia menang, maka akan membuka peluang Indonesia sangat besar untuk lolos ke Piala Dunia 2026. Dimana negara yang lolos Piala Dunia merupakan negara-negara yang memiliki kualitas sepak bola terbaik di dunia dan harapan yang selalu menjadi mimpi bagi masyarakat Indonesia.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, penelitian terdahulu dapat difungsikan untuk menghindari anggapan kesamaan pada penelitian ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ivan Fadhillah (2021)	Cyber Bullying Oleh Suporter Sepakbola di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun Instagram Tim Liga 1 Indonesia 2020)	Berbentuk deskriptif, dan menggunakan metode visual kriminologi	Cyberbully berupa called name dan opinion slammed merupakan bentuk cyberbullying yang paling banyak dialami oleh tim liga 1 Indonesia. Dimana paling banyak terjadi di kolom komentar.	Penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik

				<p>Cyberbullying ini terjadi karena, permainan sepak bola klub impian mereka tampil tidak sesuai harapan, sehingga membuat mereka kecewa dan memberikan nama yang tidak baik dan merendahkan klub kebanggaan mereka.</p>	
2.	<p>Muhammad Dzulfikhram &amp; Vani Dias Adiprabowo (2024)</p>	<p>Etika Komunikasi Netizen Setelah Pertandingan Sepak Bola Indonesia VS Uzbekistan di Akun Instagram @Shenyinhao.official</p>	<p>Metode penelitian kualitatif, dengan melakukan observasi</p>	<p>Analisis etika netizen setelah pertandingan sepak bola Indonesia vs Uzbekistan di akun Instagram @shenyinhao.official menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang besar dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi narasi yang berkembang dalam masyarakat. Namun, dengan kekuatan tersebut juga datang tanggung jawab besar bagi setiap individu untuk</p>	<p>Teknik analisis data</p>

				<p>menggunakan platform tersebut secara bertanggung jawab dan mengedepankan nilai-nilai kesantunan, keadilan, dan penghargaan terhadap sesama dalam interaksi yang dilakukan.</p>	
3.	<p>Purwati &amp; Indra Gunawan (2019)</p>	<p>Kesantunan Berbahasa di Era Digital: Tinjauan Analisis Moral Pada Komentar Sepakbola di Akun Instagram Pengamat Sepak Bola</p>	<p>Metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan teknik catat. Validasi data menggunakan teknik triangulasi teori</p>	<p>Bahasa yang digunakan netizen dalam berkomentar di akun Instagram @pengamatsepakbola adalah bahasa tidak santun. Bahasa tersebut merugikan dan merendahkan orang lain, juga tidak sesuai dengan nilai serta norma yang berlaku di masyarakat. Penggunaan bahasa santun ini dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan moral <i>netizen</i> mengenai cara berinteraksi di media sosial, keinginan untuk diakui</p>	<p>Teknik pengumpulan data</p>

				<p>keberadaannya (pendapat atau pandangan pribadi), rendahnya mental sebagai anggota masyarakat digital dalam menerima perkembangan teknologi yang pesat, kesempatan berperilaku sebeb-bebasnya, keyakinan adanya kesetaraan dan rasa memiliki teman dalam berkomentar di media sosial.</p>	
4.	<p>Rakha Raditya Ramanza &amp; Drs. Lis Kurnia, S.S., M.Hum (2021)</p>	<p>Komentar Di Akun Instagram Garuda Revolution Terkait Dengan Hate Speech Antar Suporter Sepak Bola (Studi Etnografi Virtual Komentar Di Akun Instagram @Garudarevolution Terkait Dengan Hate Speech Antar Suporter Sepak Bola</p>	<p>Metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara, catatan lapangan, foto, video, dan dokumen. Pendekatan menggunakan studi</p>	<p>Komentar yang ada di kolom komentar akun Instagram @garudarevolution termasuk dalam betuk Hate Speech, komentar yang diutarakan suporter di kolom komentar tersebut adalah berupa kata kasar yang bersifat provokatif yang dapat memancing emosi suporter lain dan membalas dengan berkomentar kasar juga,</p>	<p>Pendekatan penelitian</p>

			etnografi virtual.	yang membuat kolom komentar @garudarevolution dipenuhi Hate Speech yang dilakukan antar suporter. Selain itu terdapat komentar yang bersifat kasar, SARA, dan menyerang personal dengan menyinggung RAS tanpa ada relevansi dengan sepak bola dan postingan yang diunggah.	
5.	Sarrah Kurnia Fadhillah & Yuli Santri Isma (2025)	Analisis Komentar Netizen di Instagram pada Pemberitaan Pemecatan Shin Tae-Yong	Menggunakan penelitian kualitatif dan deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif	Dalam pemberitaan tentang pemecatan Shin Tae-Yong di Instagram, netizen menunjukkan berbagai komentar, bahwa: a. Tingkat literasi media: Netizen yang lebih paham tentang cara kerja media cenderung kritis terhadap berita, sedangkan yang kurang paham cenderung menerima informasi tanpa verifikasi. b. Minat terhadap	Dalam penggunaan teori penelitian

				<p>sepakbola: Audiens yang lebih akrab dengan dunia sepakbola dan mengikuti perkembangan Shin Tae-Yong cenderung memiliki komentar yang lebih informatif. c. Kecepatan informasi di media sosial: Informasi yang cepat sering kali tidak disertai akurasi, sehingga memengaruhi pemahaman audiens secara keseluruhan. d. Framing berita: Cara berita di Instagram menyampaikan berita dapat memengaruhi emosi netizen. e. Keterkaitan emosional dengan isu: Netizen yang memiliki minat besar terhadap sepak bola, khususnya penggemar Shin Tae-Yong, cenderung menunjukkan emosi lebih intens. f. Interaksi sosial: Kolom komentar di Instagram menjadi tempat bagi netizen</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>memperkuat emosi mereka, dimana komentar negatif sering kali memengaruhi pengguna lain untuk merasakan hal yang sama</p>	
--	--	--	--	---	--

