

Pandangan terhadap ketidaksadaran masyarakat menjadi seorang pakar dalam kasus sepakbola di *twitter*

Tito Ari Pratama

Program Studi Kajian Budaya dan Media, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada
Email: titoari@mail.ugm.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku masyarakat *cyber* dalam *platform twitter* untuk melihat perilaku fans sepak bola Indonesia yang mendukung tim luar negeri. Penelitian virtual deskriptif kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan bantuan pandangan teori psikoanalisis Sigmund Freud juga dengan beberapa pandangan pakar kebudayaan dan media lainnya yang memperkuat argumentasi dalam isi penelitiannya. *Platform Twitter* dipilih karena sangat dikenal sebagai media sosial yang bebas, sehingga menjadi arena yang cocok sebagai tempat komunitas sepak bola online untuk saling berbagi informasi. Mulai munculnya banyak argument yang menyatakan bahwa “kepakaran” seakan melebur dalam setiap argumentasi sepak bola di dalamnya, bahkan banyak argument menjurus ke arah seperti sarkas, hingga rasisme dan sara. Penelitian ini sendiri melihat tentang pentingnya kepakaran dalam dunia sosial media sepak bola di *Twitter*, sehingga penting melihat faktor seperti apa yang mempengaruhi argumentasi yang mengagung-agungkan kepakaran ini demi klub kesayangan mereka. Maka. Data memperlihatkan jika fanatisme dan fantasi secara tidak sadar menjadikan pengguna media sosial khususnya pecinta sepak bola seakan menjadi “pakar” jika klub kesayangan mereka dikritik oleh pihak lainnya.

Kata kunci: *fans sepakbola, kepakaran, ketidaksadaran, psikoanalisis*

Views on the unconsciousness community become an expert in the case of football on *twitter*

Abstract: This study aims to determine the behavior of cyber communities on the *twitter* platform to see the behavior of Indonesian football fans who support foreign teams. Qualitative descriptive virtual research is the approach used in this study. With the help of Sigmund Freud's psychoanalytic theory, as well as several other cultural and media experts' views that strengthen the arguments in the content of his research. The *Twitter* platform was chosen because it is well known as a free social media, making it a suitable arena as a place for online soccer communities to share information. Many arguments began to emerge which stated that "expertness" seemed to be dissolved in every football argument in it, even many arguments led to things like sarcasm, to racism and sara. This study itself looks at the importance of expertise in the world of soccer social media on *Twitter*, so it is important to see what factors influence the arguments that glorify this expertise for their favorite club. So. The data shows that fanaticism and fantasy unconsciously make social media users, especially football lovers, seem to become "experts" if their favorite club is criticized by other parties. make social media users, especially football lovers, seem to become "experts" if their favorite club is criticized by other parties.

Keywords: *expertise, football fans, the unconscious, twitter, psychoanalysis*

PENDAHULUAN

Fanatisme sepak bola di Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia menurut *CNN Indonesia* (Arifianto, 2017). Apalagi dalam zaman modern saat ini, dengan kehadiran sosial media, menjadi sebuah pemicu sekaligus ruang dalam menunjukkan kecintaan mereka terhadap klub sepak bola yang mereka dukung. Ruang sosial media dirancang sebebaskan mungkin sehingga para penikmat sepak bola mampu mencurahkan pendapat mereka dan meneriakkan dukungan terhadap klub mereka. *Internet-based media* menjadi sebuah ruang publisitas, pengenalan, aktivitas dan *feedback* yang dirancang agar satu kelompok pecinta sepak bola jadi mempunyai sebuah ruang berargumentasi sehingga mereka juga memiliki kapabilitas untuk bersosialisasi dengan pecinta sepakbola lainnya di luar sana tanpa harus bertemu secara fisik. Proses ini memperbolehkan fans dengan kapasitas online untuk mengakses informasi secara *up-to-date* lewat akses mereka dengan website klub (Cleland, 2011). Salah satu *platform* yang memiliki *fanbase* besar dan cukup ramai adalah *Twitter*.

Twitter merupakan media sosial dan dikategorikan sebagai *new media*/media alternatif adalah sebuah jaringan informasi yang terdiri dari pesan 280 karakter yang disebut *tweet*. Kata *twitter* secara harfiah berarti 'berkicau'. Hal ini menggambarkan sendiri jika media *Twitter* memberikan layanan bagi masyarakat internet untuk 'berkicau' secara bebas seperti burung pada logo *platform* mereka. Dan hal ini terbukti cukup sukses dengan jumlah pengguna yang mencapai angka 1.3 Miliar akun *Twitter*. Serta dalam kuartal ketiga tahun 2021, *Twitter* memiliki 211 pengguna aktif harian (mDAU) yang dapat dimonetisasi. Serta ruang sosial yang sangat aktif dengan 500 Juta *tweet* setiap harinya (Ahlgren, 2022). Hal ini menjadikan *Twitter* sebagai salah satu *new media* yang cukup diperhitungkan, terutama dalam bersosialisasi dan berargumentasi secara *online*.

Dengan kemajuan era digital dimana semua masyarakat mampu mendapatkan informasi dari berbagai sumber, membuat mereka memiliki sebuah bekal dalam menyampaikan asumsi yang dibekali dengan ilmu yang mereka cari lewat internet. Secara tidak sadar hal ini membuat mereka seakan menjadi seperti seorang pakar dalam ruang sosial *Twitter*, terutama jika membicarakan soal sepakbola. Sepakbola sangat kental dengan unsur fanatisme, gengsi, rivalitas, dan sisi persaingan. Hal ini membuat para pecinta klub sepakbola melakukan apa saja agar klub kesayangan mereka dipandang dan diperhitungkan untuk berkuasa dalam ruang sosial *Twitter*. Meminjam pandangan Habermas, fenomena *Twitter* sebagai medium komunikasi politik merupakan manifestasi dari penyediaan *resource* oleh publik melalui inovasi teknologi guna penyediaan media pertarungan wacana untuk membangun semangat pencerahan dari berbagai macam pihak dan puak secara setara, berimbang, dan terbuka dalam konteks (Johnson, 2009). Dalam *Twitter* kita akan mendapati bahwa pertarungan wacana oleh berbagai pihak (dalam kasus ini para fans sepakbola) dalam membangun komunikasi politik sangat terbuka, setara, dan dinamis.

Uniknya, banyak fans sepakbola yang melakukan hal itu secara tidak sadar. Fanatisme yang tumbuh seperti menjadi bagian diri mereka, dan ketika klub kesayangan mereka dihina, mulai muncul perilaku resistensi demi mempertahankan kedudukan nilai klubnya agar dipandang oleh fans lainnya secara positif. Bagi Sigmund Freud, ketidaksadaran merupakan faktor penting dalam tingkah laku. Freud memperhatikan jika tidak mungkin isi pikiran manusia berasal dari kesadaran. Menurutnya, kegiatan mental dibagi menjadi tiga bagian yaitu: alam tak sadar (ketidaksadaran), alam prasadar (keprasadaran), dan alam sadar (kesadaran) (Semiu, 2006, p. 55).

Peralihan dari kesadaran berasal dari sebuah ketidaksadaran yang muncul secara spontan dan sporadic, sehingga penting melihat lintasan ini mengingat ranah ruang sosial yang terbuka sangat lebar sehingga siapapun bisa melihat apapun yang kita utarakan dalam media sosial *Twitter*. Hal ini membuat sebuah *image* baru bahwa siapapun bisa menjadi pakar. Pakar adalah orang-orang yang jauh lebih tahu mengenai satu pokok bahasan dibanding masyarakat umum. Pakar identik dengan spesialisasi yang bersifat eksklusif, sehingga banyak masyarakat memandang pakar selalu benar. Biasanya pakar dinilai berdasarkan gelar dan lisensi yang menjadi sebuah nilai simbolik pencapaian yang dapat diukur dan memantu memisahkan antara penghobi dengan pakar sebenarnya (Nikhols, 2018, p. 37). Namun di era postmodernisme seperti saat ini membuka segala kemungkinan informasi terserap dan di peroleh dari mana saja. Apalagi keberadaan fitur menarik lainnya dari *Twitter* adalah para pengikut akun tertentu bisa menyebarluaskan gagasan tersebut dengan fitur *Retweet*, akan terjadi efek bola salju dengan fitur retweet ini, wacana akan semakin membesar dan mengapai banyak orang yang mungkin bukan pengikut akun tertentu yang di *retweet* tersebut (Asmara & Butsi, 2020, p. 77). Fitur ini semakin memungkinkan pandangan menggema lebih luas lagi penyebarannya.

Hal ini memperlihatkan sebuah upaya polarisasi informasi, seperti sebuah serangan bom informasi yang tiba-tiba muncul di hadapan kita (Virilio, 2005) menandakan bahwa informasi semakin liar dan ada potensi informasi tersebut di sebarluaskan demi kepentingan tertentu dalam ruang *Twitter*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa fanatisme seperti apa yang terjadi dalam sepakbola menjadi seperti alam tidak sadar yang mana hal tersebut berpotensi menyebabkan mungkin sebuah matinya kepakaran. Sebuah ilmu, solusi ataupun informasi biasanya disampaikan atau diberikan oleh orang yang memiliki prestasi dalam ranah tertentu. Di Indonesia sendiri pakar sepakbola biasanya tidak jauh dari agen yang pernah bekerja atau memegang kuasa dalam organisasi sepakbola seperti pesepakbola, pelatih, komentator, wartawan senior olahraga, hingga ketua umum. Namun, di era *postmodern* yang bebas ini, memungkinkan semua informasi masuk dari segala lini. *Twitter* merupakan sumber pertama dalam komunikasi satu agensi ke publik, berbeda halnya dengan komunikasi informasi melalui media massa *mainstream*, yang pastinya wacana komunikasi dari narasumber akan mengikuti alur kerja jurnalistik mulai dari reportase, *editing*, hingga dipublikasikan. *Twitter* juga sarana informasi yang murah, mudah, gratis, dan tergolong efektif. Sehingga menjadi ruang pertarungan yang rawan adanya ledakan informasi dari oknum yang tidak memiliki pakar sama sekali. Maka penelitian ini bertujuan memperlihatkan seberapa besar ketidaksadaran masyarakat modern dalam melihat sisi psikoanalisis ini.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif, untuk menggambarkan atau memaparkan fenomena yang diteliti (Salim & Carolina, 2001, p. 95). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk metode penelitian Fenomenologi. Fenomenologi merupakan upaya pemberangkatan dari metode ilmiah yang berasmsi bahwa eksistensi suatu realitas tidak orang ketahui dalam pengalaman biasa. Fenomenologi membuat pengalaman yan dihayati secara aktual sebagai dasar suatu realitas (Hasbiansyah, 2008, p. 170). Dalam penelitian ini untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dalam *Twitter* dalam konteks medium komunikasi informasi khususnya dalam medium sepakbola, metode Fenomenologi digunakan untuk menjelaskan fenomena dan maknanya bagi individu dengan melakukan wawancara, kuesioner dan pengamatan. Temuan ini kemudian akan dihubungkan dengan prinsip-prinsip filosofi fenomenologi.

Pengumpulan data terfokus pada kuesioner, dilanjut dengan data yang lebih mendalam lewat wawancara kualitatif dengan beberapa narasumber yang memiliki keterkaitan besar terhadap arus informasi sepakbola di *twitter*. Pemilihan subjek penelitian akan dilakukan secara purposive sampling, yakni memilih subjek penelitian secara sengaja dan dengan pertimbangan peneliti subjek penelitian memiliki kualifikasi dan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Media sosial memiliki kepentingan untuk membentuk para penggunanya. Seperti di zaman televisi, dimana media lebih berfokus terhadap kepentingan untuk mempengaruhi khalayak dengan siaran yang mereka tayangkan. Hal ini yang berpotensi memunculkan teori di kalangan ahli sebagai teori peluru (Kriyantono, 2010). Teori peluru adalah sebuah teori yang menyatakan bahwa media masa merupakan komunikasi searah yang setiap tayangannya memiliki dampak langsung seperti halnya peluru yang dikeluarkan dari senjatanya. Namun seiring berjalannya waktu, teori ini terbantahkan dan semakin pintar sehingga dapat memilah dan memilih mana yang berpotensi diikuti dan tidak. Beberapa akun fans sepakbola yang memiliki jumlah akun yang massif, memiliki kekuatan untuk mempengaruhi lewat *tweet* yang mereka lancarkan. Mereka seakan menjadi seperti seorang pakar dimana potensi mengubah cara pandang masyarakat pecinta sepakbola menjadi lebih besar potensinya. Meski tidak memiliki pengetahuan yang cukup, responden yang merupakan pemilik akun besar, tetap mengungkapkan pandangan yang cukup tajam dalam diskusi tentang sepakbola.



Gambar 1 menunjukkan sebuah upaya menekan satu pihak fans lewat informasi yang dinilai tidak valid. Memang dalam kajian ini, banyak terlihat bahwa ada beberapa orang yang memiliki akun *twitter* berusaha memperlihatkan diri di tengah *followers*-nya. Semakin banyak *followers*-nya, maka ada semacam kebanggaan tersendiri dan muncul menjadi pusat

perhatian oleh penikmat sepakbola *online* di *twitter* sehingga kebutuhan informasi diharapkannya semakin terpenuhi olehnya. Namun, dengan keberadaan misinformasi seperti ini memperlihatkan bahwa pentingnya sebuah kepakaran dalam menyampaikan informasi. Dalam komentar di dalamnya, memperlihatkan potensi bahwa antusiasme muncul dan berbanding lurus dengan pengetahuan seseorang tentang informasi tersebut. Bahkan cukup banyak di antaranya berkampanye dan melawan pengetahuan mapan demi sebuah rivalitas di dalamnya. Semisal fans sebuah tim Manchester United memiliki sebuah rivalitas besar dengan fans pecinta tim Liverpool, maka ada upaya dari setiap sisi agen untuk menjatuhkan kekuatan fans rival mereka. Dalam beberapa kondisi, ini menjadi lebih buruk daripada sebuah ketidaktahuan: ini adalah kesombongan tidak mendasar, kemarahan budaya narsistik yang semakin tidak memu menerima ketidaksetaraan dalam bentuk apapun (Nikhols, 2018, p. 4).

Bentuk polarisasi lewat media sosial memang menjadi salah satu faktor besar dalam wajah persaingan di Indonesia. Menurut Merlyna Lim (2017), platform media sosial memang telah melekat dengan masyarakat Indonesia dalam berbagai aspek kehidupan. Maraknya menggunakan media sosial di Indonesia dan juga di negara-negara lain, menurut Lim, memunculkan harapan peningkatan nilai partisipatif dan keterlibatan sipil dalam proses pendewasaan demokrasi, begitulah cita-citanya. Media sosial menjadi platform yang cukup potensial untuk melakukan pemberdayaan politik digital dan perbaruan ruang publik, seperti apa yang terjadi dalam ruang sosial pecinta sepak bola di platform *Twitter*. Selain itu, platform media sosial juga memiliki beberapa kelebihan yang membawa para penggunanya nyaman (Lim, 2017, pp. 411-427). Lim juga menyebutkan bahwa sebagai “*convivial medium*” atau media yang menyenangkan dan ramah pada pengguna karena sifat media sosial yang *low-cost-budget*, tidak mudah dikontrol, serta mudah untuk diperoleh. Sifat media sosial yang menyenangkan ini juga memberikan ruang kebebasan, ruang berkreasi yang lebih besar, dan memberi *sense of autonomy* para penggunanya.

“Mengapa orang-orang seakan menjadi seorang pakar dalam ranah sepakbola, sehingga seperti mampu membenarkan dan membantah data?”

Hal ini tidak lepas dari dimensi transmisi yang telah memadatkan ruang dan waktu, sehingga apa yang terjadi di luar negeri sekalipun, juga bisa berlangsung di sini pada saat yang sama. Susunan ruang telah terurai dan waktu menjadi tidak penting (Udasmoro, 2020, p. 242). Ruang dan waktu melebur ke dalam suatu peristiwa lewat hadirnya teknologi internet yang bisa diakses oleh banyak orang. Informasi menjadi sebuah komoditas yang bisa diakses oleh siapapun bahkan bagi orang yang tidak mengerti “dapur” sepak bola mampu mengakses informasi. Hal ini berpotensi memunculkan berbagai asumsi sampai teori agenda yang lebih mudah tersebar karena internet. *Twitter* yang terhubung dengan internet memang menjadi *new media* yang menjadi alat dominasi saat ini. Beberapa pakar seperti Flew (2005, p. 4) mengatakan “*the internet presents the newest, most widely discussed and perhaps most significant manifestation of new media*” (Flew, 2005, p. 4).

Kita tidak bisa berbohong jika manusia sangat membutuhkan seorang pakar. Seorang pakar bisa sangat diandalkan karena mereka telah mengenyam pendidikan dan pengalaman yang menolong kehidupan umat manusia, salah satunya mengenai “bias informasi” dan mengatasi adanya kesenjangan pendidikan sehingga tercipta warga negara yang jauh lebih baik. Di era teknologi dan komunikasi modern, terjadilah sebuah lompatan dalam bidang pengetahuan. Namun, hal ini juga berpotensi mengakibatkan kepakaran yang semakin tidak

terlihat dalam ranah sosial media. Kita tidak bisa membedakan secara benar manakah pakar sebenarnya, atau hanya sekedar orang iseng yang mengutarakan pendapatnya. Ibarat wartawan profesional, mereka semakin menghadapi tantangan baru dalam era zaman informasi ini, karena setiap ruang yang terbuka akan menciptakan perbaruan yang selalu diisi terus menerus oleh informasi.

Ini menjadi *value* besar dari seorang pakar, dimana mereka memiliki tanggung jawab dalam berdemokrasi, karena kehidupan tidak lepas dari *berdebat* dan *mempertanyakan*. Walaupun kita sebagai warga internet memiliki keputusan arah yang kita pilih, suara yang benar, maupun informasi yang bertebaran yang akan kita cerna, namun di sinilah pentingnya sebuah kesadaran dimana masyarakat menyadari eksistensi dan kebenaran sebuah informasi. Ketidaksadaran dijelaskan oleh Freud bahwa beliau melihat bentuk ketidaksadaran sebagai *epicentrum* dari pikiran yang tertekan, ingatan-ingatan traumatik, dorongan dan agresi-agresi lainnya (Febriani, 2017, p. 109). Dalam sepakbola, akan selalu ada persaingan dan rivalitas dimana semua perdebatan dan argument berasal dari hasil pertandingan, *event* maupun lainnya yang melibatkan klub yang mereka idolakan. Perasaan tertekan dan tertindas dari pihak yang kalah bagi para pecinta sepakbola virtual yang nantinya menciptakan sebuah ruang argumentasi secara tidak sadar. Tidak jarang argumentasi dan perdebatan juga melibatkan banyak kelompok fans yang bahkan tidak masuk dalam arena pertarungan.

Dengan semakin tidak jelasnya sebuah klaim kepakaran ini, membuat semakin biasnya kebenaran sebuah informasi. Dilansir dari *ruangguru.com*, potensi seperti ini biasa disebabkan sebuah efek yang bernama *Dunning-Kruger effect* (Horo, 2022). Secara umum, efek Dunning-Kruger adalah keadaan dimana seseorang yang tidak mengerti suatu hal secara kompleks, namun mereka merasa mengerti segalanya. Hal ini yang berpotensi besar menyebabkan sebuah bias konfirmasi karena keadaan bawaan manusia dimana manusia hanya mau meyakini apa yang mereka sukai. Karena dengan wawasan yang kosong namun banyak berbicara atau berargumentasi, membuat pemikiran kritis malah menjadi sarana tersesat seperti *reduction ad toxicum* (*Anything or anyone that I don't like is toxic*). Apalagi dalam keterbukaan ruang sosial lewat internet, efek seperti ini malah semakin terlihat dengan adanya demokrasi dan hak asasi dimana mereka bisa dengan bebasnya berpendapat tanpa munculnya ancaman dalam kehidupan mereka. Dalam dunia rivalitas, terutama sepak bola tentu hal semacam ini menjadi sebuah makanan sehari-hari apalagi dengan semakin intensnya mereka bertemu dalam sebuah ruang sosial internet terutama dalam *Twitter*.

Tidak sedikit peristiwa yang digaungkan hanya terlihat besar dan ramai dalam sekejap di media sosial, namun hilang tanpa jejak dalam waktu yang singkat. Namun, hal ini yang menjadikan sebuah pergerakan yang dilakukan fans *professional wanna be* ini menjadi lebih efisien, dimana gerakan yang cenderung pendek ini membuat keabsahan sebuah informasi terasa tidak perlu dipertanyakan kebenarannya. Padahal pada hakikatnya, segala informasi harusnya memiliki sumber yang valid, sehingga masyarakat juga tidak asal menerima informasi secara mentah. Ini yang menjadi pertentangan berat kaum pakar. Walaupun media sosial menjadi ruang pembelajaran bagi individu untuk mengekspresikan opininya, kemudian juga menjadi ruang dalam mempraktikan hak-hak berdemokrasi mereka. Media sosial memang seakan melanggengkan sebuah "*death of expertise*" ini dimana menjadi ruang membangun partisipasi banyak pihak.

Hal ini yang juga mengundang pentingnya nilai kesadaran. Baik dalam menyampaikan informasi, sekaligus dalam menerima informasi. Untuk menghadapi ancaman disinformasi *post-truth*, memang kunci dan *counter* yang utamanya juga berasal dari informasi. Ketika ruang siber

semacam ini dibanjiri oleh informasi yang dipertanyakan keabsahannya, bahkan menjurus ke kebencian sampai kepada kebohongan yang menyebarkan ketidakpastian, maka hal penting yang perlu dilakukan yaitu dengan membanjirinya dengan informasi yang akurat juga. Dalam obrolan sepak bola, rivalitas memang tidak jauh dari pembahasan mengenai kebencian. Karena disetiap pihak secara tidak sadar ingin menjadi sekelompok *Alpha* yang menguasai ranah informasi. Banyak pakar sepakbola yang sering melakukan *counter* karena aspek-aspek kerentanan yang menyebabkan terjadinya praktik-praktik disinformasi berbasis kebencian. Publik memang seakan terdorong rasa ego fanatisme maupun ideology komitmen pada sebuah tim kesayangan mereka.

Gejala ini dapat muncul ketika reaksi emosional ditekan atas pikiran yang sadar sehingga menjadi ketidaksadaran. Mereka secara simultan dialihkan ke tubuh. Pemindahan ini menjadi penting ke dalam teori gejala dan mimpi dari Freud. Pembentukan gejala seperti ini tercipta karena munculnya sebuah fantasi atas hysteria yang menciptakan sebuah pikiran ke arah tubuh yaitu apa yang tidak dapat diterima oleh pikiran dan tubuh bertindak tanpa memahaminya (Febriani, 2017, p. 16).

Kepakaran yang semakin terdistorsi oleh ketidaksadaran para fans di dalam ruang sosial *twitter* juga muncul dengan bagaimana masyarakat internet merespon evaluasi dan koreksi dari orang lain. Pakar sebenarnya memiliki dewan akreditasi, sertifikasi, dan sejenisnya agar mempertahankan standar kualitas penelitian dan spesialisasi para pakar agar ilmu yang disampaikan tetap berkualitas (Nikhols, 2018, p. 42). Namun bagi pakar yang tidak resmi dalam ruang sosial sepakbola media *twitter*, mereka lebih banyak mengandalkan emosi. Walaupun masih ada beberapa orang yang memiliki kepedulian literasi terhadap sumber informasi yang mereka dapatkan, namun dalam beberapa temuan di internet memperlihatkan bahwa emosi secara tidak sadar mengontrol pemikiran mereka pada fakta yang terjadi. Ini menjadi wujud dari pemenuhan hasrat yang terkesan kekanak-kanakan. Freud bahkan menyatakan dalam bukunya yang berjudul *the Psychopathology of Everyday Life* (1901) melihat kesalahan ini adalah mencerminkan kebenaran akan hasrat yang tumbuh pada ketidaksadaran kita. Ketidaksadaran seakan tidak pernah berdusta dan biasanya menemukan cara untuk mengekspresikan diri mereka terhadap apa yang benar-benar diinginkan. Ini yang menjadi sebuah awal dari fanatisme, semuanya seperti benar di mata mereka asalkan hasrat fanatisme mereka pada sepakbola dan tim kesayangan mereka terpenuhi.

Dengan gambaran ini memperlihatkan sisi penting dalam hasrat, fanatisme dan kesetiaan di dalam ruang sosial sepakbola pada media *twitter*. Hal ini mempengaruhi masyarakat dalam menciptakan sebuah ruang diskusi yang secara tidak sadar menyeret mereka menjadi seperti seorang pakar dan ahli sepakbola. Karena ruang yang tersedia dalam dunia *post-truth* saat ini, sangat memungkinkan hal ini mudah dilakukan. Selain itu, munculnya fenomena prosumer membuka peluang menarik audiens dengan melakukan konsumsi, produksi dan distribusi dengan sekali tarikan nafas. Kemudian dengan kemudahan duplikasi konten dan mudahnya menyebarkan informasi secara *multi-platform* semakin memudahkan tersebarnya informasi yang bahkan kita sendiri sebagai pecinta sepakbola tidak dapat secara langsung menerimanya secara mentah-mentah. Jika kita melihat dari sudut pandang yang lebih luas, sebenarnya kasus serupa tidak hanya terjadi dalam ruang sosial internet sepakbola. Oleh karena itu, disinformasi di era *post-truth* menjadi ancaman serius bagi terbangunnya demokrasi electoral yang sehat karena munculnya faktor personal yang lebih penting daripada fakta obyektif dalam membangun opini publik (Gunawan & Ratmono, 2021).

SIMPULAN

Media sosial elektronik berbasis internet secara tidak langsung telah mengubah secara fundamental cara masyarakat dalam berkomunikasi. Ini membuat semakin beragamnya peta persebaran dalam berbagai praktik ekonomi bisnis di masa depan. Bahkan bukan tidak mungkin peta kekuatan politik yang sangat sensitif juga akan ikut tersengkol dalam ranah demokratisasi ini. Sepakbola saat ini telah sampai kepada titik dimana fanatisme menciptakan sebuah ruang politik tersendiri. Indonesia juga terkenal dengan fanatisme mereka pada sepakbola, baik dalam mendukung tim dalam negeri, maupun mendukung tim luar negeri. Platform seperti *Twitter* membuat warga negara memiliki cara baru dalam mengapresiasi kepentingan mereka. Individu-individu yang lebih bebas berpendapat dan menentukan sendiri ketika mengartikulasikan kehendaknya. Dengan membentuk media informasi dan menciptakan sebuah ruang, dominasi sebenarnya sudah tidak dapat dikontrol lagi baik dari seorang pakar maupun seorang amatiran, semuanya dipandang hampir sama. Bahkan banyak orang yang mempertanyakan keabsahan informasi dari orang yang sangat pakar dalam ranah sepakbola. *Twitter* Justinus Lhaksana yang dulunya adalah pelatih futsal dan punya sertifikasi kepelatihan dunia, sering dipertanyakan kebenaran informasinya. Bahkan menjadi sebuah *meme* dalam media sosial internet.

Anehnya, beliau memang terlihat memiliki kepentingan pada sebuah klub tertentu di luar negeri. Bahkan seorang pakar sulit menjadi netral, karena munculnya hasrat personal pada kecintaan pada sebuah klub. Fenomena ini semakin mendistorsikan demokrasi pada ranah digitalisasi komunikasi yang telah meningkat dalam ranah ruang siber. Padahal informasi dari pakar seperti beliau sangat penting sebagai penetralisir informasi yang berasal dari kepentingan personal belaka. Bahkan kasus beliau memperlihatkan kuatnya sebuah ego dalam ketidaksadaran seseorang yang bahkan mempengaruhi pakar. Tapi diluar dari hal tersebut, masih banyak pakar sepakbola yang sangat netral dalam ruang sosial *twitter*, terlepas dari mereka memiliki kepentingan di dalamnya. *Coach* Justin juga memiliki pandangan menarik dari sisi pakar, walaupun pandangan beliau terdapat sebuah unsur personalisasi di dalamnya. Ini menjadi sebuah pertanda pentingnya sadar pada sebuah strategi, untuk menghadapi dan mengantisipasi praktik disinformasi yang berkedok pada fanatisme yang tercipta oleh seorang amatiran di ruang internet.

Sebuah penguatan *cyber-intelligence*, investigasi dan *research* mendalam, serta membentuk sekelompok *critical mass* melalui integrasi *critical thinking* dalam diri masyarakat dalam gerakan literasi media kritis menjadi solusi yang bahkan dalam dunia nyata sendiri masih digencarkan. Cita-cita dan mimpi menuju kesana masih cukup jauh, namun tidak ada salahnya memulai dari hal yang dapat kita lakukan. Ini bukan berarti melarang masyarakat dalam berdemokrasi, namun informasi yang tersampaikan haruslah memiliki dasar yang valid baik dari segi data dan *research*. Tidak hanya bermodalkan fanatisme dan sebuah hasrat belaka, namun mawas diri pada informasi sehingga sebuah tantangan bagi masyarakat, khususnya pecinta sepakbola untuk menciptakan ruang diskusi yang sehat dan mencerdaskan agar masyarakat lebih memahami kemajuan *post-truth* dan tidak lagi menyalahkan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahlgren, M. (2022). 50 + statistik *twitter* & fakta untuk 2022 [Information]. *Websiterating*. <https://www.websiterating.com/id/research/twitter-statistics/>

- Arifianto, N. (2017). Indonesia negara penggila sepak bola nomor dua di dunia [Information]. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20171219204103-142-263606/indonesia-negara-penggila-sepak-bola-nomor-dua-di-dunia>.
- Asmara, S., & Butsi, F. I. (2020). *Twitter dan public sphere: Studi fenomenologi tentang twitter sebagai media alternatif komunikasi politik*. *STIKP Medan*, 2(2). <https://ejurnal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/view/30>.
- Cleland, J. (2011). The media and football supporters: A changing relationship. *Media, Culture & Society*, 33(2), 299-315. <https://doi.org/10.1177/0163443710393866>.
- Febriani, R. (2017). *Sigmund Freud vs Carl Jung*. Anak Hebat Indonesia.
- Flew, T. (2005). *New media: An introduction* (2nd ed). Oxford University Press.
- Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *Demokrasi di era post truth*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hasbiansyah. (2008). Fenomenologi membuat pengalaman yang dihayati secara aktual sebagai dasar suatu realitas. *Mediator*, 9(1).
- Horo, B. T. (2022, July 20). Dunning-Kruger effect: Alasan kenapa orang merasa paling baik [Information]. *Ruang Guru*. <https://www.ruangguru.com/blog/dunning-kruger-effect>.
- Johnson, P. (2009). *Habermas: Rescuing the public sphere* (transferred to digital print). Routledge.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis: Riset komunikasi*. Kencana.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>.
- Nikhols, T. (2018). *Matinya kepakaran* (R. Meigi, Trans.). KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Salim, A., & Carolina, S. (2001). *Teori dan paradigma penelitian sosial*. Tiara Wacana.
- Semiun, Y. (2006). *Teori kepribadian & terapi psikoanalitik Freud*. Kanisius.
- Udasmoro, W. (Ed.). (2020). *Gerak kuasa: Politik wacana, identitas, dan ruang/waktu dalam bingkai kajian budaya dan media*. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Virilio, P. (2005). *The information bomb*. Verso.