

## **Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi bagi Komunitas Virtual Main Bola Mulu (MBM)**

**Yudha Pradhana**

*Universitas Nasional*

yudha.pradhana@civitas.unas.ac.id

### **Abstrak**

Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki naluri untuk hidup berkelompok atau bermasyarakat. Kelompok atau komunitas terbentuk karena adanya kesamaan tujuan dan komunikasi antar anggota di dalamnya. Seiring dengan kemajuan teknologi di era digital saat ini, kelompok atau komunitas juga dapat dibentuk di dunia maya atau virtual. Komunitas virtual memanfaatkan media sosial untuk melakukan komunikasi kelompok antar anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan komunitas virtual sebagai media komunikasi bagi komunitas sepakbola di Jakarta yaitu Main Bola Mulu (MBM) melalui media sosial Instagram dan Whatsapp. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metode studi pustaka dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa grup Instagram dan Whatsapp sangat efektif dalam menyampaikan informasi antar anggota komunitas. Konstruksi pesan yang disampaikan melalui media sosial dipahami oleh seluruh anggota komunitas MBM. Keberhasilan MBM dalam memanfaatkan media sosial ditandai dengan kenyamanan untuk terus dan tetap berada di komunitas yang dirasakan oleh setiap anggota dengan memperhatikan manfaat yang telah diperoleh. Keberhasilan lainnya ditandai dengan bertambahnya jumlah anggota komunitas yang telah bergabung dengan MBM hingga saat ini.

**Kata kunci:** main bola mulu, komunitas, komunitas virtual, komunikasi kelompok, media sosial

### **Abstract**

*Humans are social creatures who have the instinct to live in groups or communities. Groups or communities are formed by the similarity of goals and communication between members in them. Along with technological advances in the current digital era, groups or communities can also be formed in cyberspace or virtual. Virtual communities take advantage of social media to carry out group communication among their members. This study aims to determine the use of virtual communities as a communication medium for the football community in Jakarta, namely Main Bola Mulu (MBM) through social media Instagram and Whatsapp. This research uses a qualitative approach, using the method of literature review and in-depth interviews. The results of the study show that Instagram and Whatsapp groups are very effective in conveying information between community members. The construction of messages conveyed through social media is understood by all members of the MBM community. The success of MBM in utilizing social media is marked by the convenience to continue and remain in the community that is felt by each member by taking into account the benefits that have been obtained. Another success marked by the increasing number of community members who have joined MBM until now.*

**Keywords:** main bola mulu, community, virtual community, group communication, social media

## Pendahuluan

Manusia pada dasarnya akan selalu berkeinginan untuk memiliki kesehatan dan kesegaran jasmani yang baik karena manusia sejatinya adalah makhluk individu yang tidak terlepas dari jasmani dan rohani.<sup>1</sup> Salah satu cara untuk menjaga kesehatan dan kesegaran jasmani serta rohani adalah dengan melakukan olahraga. Salah satu olahraga yang paling banyak diminati dan terkenal di dunia termasuk di Indonesia adalah sepakbola. Bukan rahasia lagi kalau kebanyakan masyarakat Indonesia terutama remaja dan anak-anak lebih mengenal pemain sepakbola dibandingkan tokoh pemerintahan. Sebagaimana dari mereka bahkan bercita-cita menjadi pemain sepakbola.<sup>2</sup> Berdasarkan data dari Skala Survei Indonesia (SSI), membuktikan bahwa 90,8 persen masyarakat Indonesia mengetahui olahraga sepakbola, dan sebanyak 47,6 persen menyukainya.<sup>3</sup>

Namun yang menjadi permasalahan masyarakat ketika ingin bermain sepakbola adalah kurangnya jumlah orang untuk diajak bermain, seperti yang kita ketahui bahwa sepakbola bermain dalam tim, satu tim sepakbola dibutuhkan sebelas orang pemain, dan dibutuhkan setidaknya dua tim agar olahraga sepakbola bisa benar-benar dilakukan. Dan merupakan sebuah dilema yang dihadapi masyarakat yang ingin bermain sepakbola saat ini adalah tidak adanya teman yang bisa dikumpulkan sebanyak itu dan diajak untuk bermain sepakbola. Banyak alasan yang membuat masyarakat dewasa ini terbilang malas untuk berolahraga. Semakin padatnya aktivitas yang dilakukan seseorang menjadikan mengabaikan masalah berolahraga. Tidak adanya waktu luang karena kesibukan di kantor, di kampus, di perusahaan, mengakibatkan seseorang tersita waktu kesempatan untuk berolahraga.<sup>4</sup> Situasi tersebut diperparah dengan kemunculan pandemi Covid-19 sehingga banyaknya masyarakat, baik di Indonesia ataupun di dunia, yang sangat takut beraktivitas sosial, termasuk berolahraga. Sehingga pada akhirnya membuat masyarakat semakin kesulitan dalam berolahraga terutama bermain sepakbola.

Hal tersebut yang membuat masyarakat yang ingin bermain sepakbola, berinisiatif untuk membuat suatu kelompok, grup, atau komunitas virtual. Kesamaan minat terhadap sepakbola dan keinginan untuk dapat bermain kembali menjadi alasan masyarakat untuk membuat komunitas virtual agar dapat mengumpulkan teman untuk bermain sepakbola.

Media sosial pada akhirnya menjadi suatu wadah atau tempat bagi para komunitas virtual dalam mengumpulkan teman atau anggota komunitas dengan kesamaan pada minat. Media sosial juga menjadi sumber suatu komunitas virtual untuk memberikan informasi dan *update* terbaru untuk para anggota komunitas. Media sosial juga digunakan oleh komunitas virtual sepakbola untuk mengumpulkan anggota untuk bermain sepakbola dan memberikan informasi mengenai jadwal bermain serta berita-berita ter-*update* tentang sepakbola di antaranya melalui media sosial *Instagram* dan *Whatsapp*.<sup>5</sup>

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk mengambil contoh sebuah komunitas virtual sepakbola di bilangan Jakarta, komunitas ini bernama Main Bola Mulu (MBM). Masyarakat yang berdomisili di Jakarta dan juga sekitarnya menjadikan MBM sebagai wadah mereka agar dapat berkumpul dan mengatur waktu serta tempat untuk bermain sepakbola, mereka menggunakan media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram*. Selain mengatur jadwal untuk berkumpul dan bermain sepakbola, mereka juga dapat berbagi informasi mengenai *update* sepakbola terkini atau sekedar bersenda gurau di dalam komunitas virtual ini suatu hal yang wajib diperbincangkan di dalam komunitas virtual ini.

Mengacu kepada permasalahan yang telah dijabarkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui bagaimana peran dari media sosial terhadap pembentukan komunitas virtual bagi masyarakat pecinta olahraga sepakbola dalam hal ini para anggota dari komunitas virtual Main Bola Mulu (MBM), dan bagaimana mereka melakukan interaksi sosial dan manfaat yang didapatkan oleh para anggota secara individu yang bergabung di dalamnya.

Berbicara mengenai komunitas, komunitas merupakan kumpulan dari berbagai populasi yang hidup pada waktu dan daerah tertentu yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain. Komunitas memiliki derajat keterpaduan yang lebih kompleks bila dibandingkan dengan individu dan populasi. Bisa dikatakan bahwa inti komunitas terletak pada kelompok orang yang memiliki identitas yang hampir sama di mana faktor lokasi tidak terlalu relevan lagi. Yang terpenting anggota komunitas harus berinteraksi secara reguler.<sup>6</sup>

Kemajuan di bidang komunikasi juga berdampak kepada pergeseran atau bahkan perkembangan terhadap adanya komunitas. Komunitas berkembang khususnya dikarenakan adanya kemajuan di bidang teknologi komunikasi yaitu internet. Internet sebagai tempat medium, ruang atau sebuah dunia virtual, dalam pandangan ini etnografi berada dalam lingkungan yang imersif atau mendalam (terlibat secara penuh totalitas di internet).<sup>7</sup> Pelibatan adanya emosi dalam suatu interaksi yang dilakukan secara virtual tersebut yang menjadi penyebab atau cikal bakal terbentuknya komunitas virtual.<sup>8</sup> Dengan kata lain, komunitas virtual merupakan sekumpulan pengguna internet yang membentuk jaringan hubungan personal.<sup>9</sup>

Semua orang, lapisan masyarakat manapun berhak dan dapat dengan bebas membuat serta mendirikan sebuah komunitas virtual dan dengan tujuan serta keperluan apapun, seperti halnya komunitas virtual yang dibuat untuk menjalin hubungan dan komunikasi antar manusia atau individu, kemudian juga untuk mendapatkan informasi, serta untuk mengadakan transaksi antar individu dalam komunitas virtual tersebut.<sup>10</sup>

Hal itu disebabkan karena sama halnya dengan komunitas yang ada di dunia nyata, komunitas virtual juga memiliki ciri-ciri sebagai suatu komunitas, yang dibangun serta dibentuk atas dasar adanya kesamaan pada minat atau bisa juga hobi, interaksi yang dilakukan secara teratur, identitas, terfokus kepada hal yang diminati, integrasi antar anggota, serta keterbukaan dalam akses mendapatkan informasi.<sup>11</sup>

Senada dengan yang dilakukan oleh komunitas virtual Main Bola Mulu (MBM), yang merupakan sebuah komunitas yang memiliki minat dan kesukaan yang sama terhadap sepakbola, dan termasuk juga dengan virtual komunikast sepakbola lainnya yang serupa. Interaksi yang dilakukan di dalam komunitas virtual tersebut juga mengalir dengan baik, *update* mengenai jadwal waktu dan tempat dilaksanakannya pertandingan sepakbola bersama serta segala hal termasuk berita sepakbola juga dibagikan di dalamnya. Akses informasi yang diberikan juga terbuka di dalam komunitas ini, seluruh anggota MBM berhak mendapatkannya tanpa terkecuali.

Keberadaan media baru juga sangat dimanfaatkan oleh komunitas virtual MBM dalam hal berinteraksi bagi para anggotanya, kemudahan berinteraksi secara *online* atau daring berimbas kepada lancarnya arus informasi. Setiap anggota bebas dan berhak memberikan serta menerima informasi atau *update* terkini mengenai jadwal pertandingan sepakbola yang memang menjadi fokus utama dalam komunitas ini.

Keberadaan media baru telah memenuhi banyak kebutuhan manusia yang tidak saja dapat dirasakan secara nyata, tetapi juga memenuhi kebutuhan manusia yang hanya dapat dilihat, dinikmati, dan dikonstruksi menjadi masyarakat atau komunitas yang baru, yaitu masyarakat atau komunitas maya<sup>5</sup>. Komunitas maya juga bisa disebut dengan *cyber community*, dan pada akhirnya melahirkan sebuah teori yaitu teori *cyber community*.

Teori *cyber community* berpaku terhadap kelompok sosial yang pada dasarnya melakukan sebuah interaksi social dan juga menghadirkan perkembangan antar kelompok di dunia maya, yaitu komunitas virtual. Tentang bagaimana sebuah komunitas bisa tercipta, bagaimana proses komunikasi di dalamnya berjalan, dan bagaimana konstruksi pesan yang disuguhkan di dalam komunitas tersebut<sup>12</sup>. Teori ini membantu peneliti menjelaskan bagaimana pembentukan komunitas virtual MBM, bagaimana proses

komunikasi di dalamnya, serta bagaimana konstruksi pesan yang digunakan melalui media sosial yang digunakan di antaranya *Whatsapp* dan *Instagram*.

Untuk melengkapi penelitian ini, peneliti menggunakan satu lagi teori yaitu teori pertukaran sosial. Teori Pertukaran Sosial adalah pendekatan yang luas yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi pemeliharaan hubungan. Pendekatan dilihat pada pertukaran hubungan sosial ini seperti teori ekonomi yang didasarkan pada perbandingan pengorbanan dan keuntungan (*Cost and Rewards*). Oleh karena itu, teori ini melihat hubungan pribadi dalam pandangan pengorbanan berbanding keuntungan. Keuntungan apa yang diterima dari hubungan yang berjalan. Dan berapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan tersebut<sup>13</sup>. Teori ini juga memiliki sebuah pemikiran atau asumsi bahwa seseorang atau individu pada dasarnya akan secara sadar dan sukarela untuk masuk dan menetap dalam sebuah atau suatu interaksi sosial namun sebagai catatan yaitu dengan melakukan pertimbangan mengenai segala konsekuensi atau akibat yang nantinya akan terjadi, tidak lain dan tidak bukan adalah pertimbangan antara adanya keuntungan dan juga adanya kerugian. Teori ini dijadikan peneliti untuk mengetahui mengapa para anggota komunitas virtual MBM ini tetap bertahan, apakah ada hal yang menjadi pertimbangan dari tiap anggota.

Berdasarkan pada penjabaran dari masalah di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran dan menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi bagi komunitas virtual Main Bola Mulu (MBM).

## Metode

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan secara kualitatif dengan menggunakan dua metode, yaitu metode tinjauan pustaka dan juga metode wawancara (interview). Metode tinjauan pustaka atau studi kepustakaan ini digunakan oleh peneliti disebabkan karena dalam memperoleh data penelitian, peneliti mengumpulkan, menganalisis, mengorganisasi, sumber dari artikel, buku, penelitian terdahulu tentang implementasi manajemen strategi dalam bidang pendidikan. Kemudian peneliti pada akhirnya menyimpulkan serta menyajikan data-data manajemen strategi untuk peningkatan mutu pendidikan.<sup>14</sup>

Tinjauan pustaka sangat penting baik bagi peneliti dan juga bagi pembaca, hal ini dikarenakan kajian pustaka akan mencerminkan kemantapan mutu ilmiah hasil penelitian. Dari tinjauan pustaka tersebut, dapat diketahui keluasan dan kedalaman teori atau model yang dikembangkan untuk memecahkan persoalan dan pertanyaan dalam penelitian. Bobot penelitian akan nampak dari jumlah dan relevansi sumber acuan yang terdapat pada tinjauan pustaka.<sup>15</sup>

Seluruh data yang terdapat pada penulisan penelitian ini diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai tema yang sejenis, beberapa jurnal yang sudah terpublikasi, artikel ilmiah, serta berita-berita dari internet yang sengaja peneliti ambil sebagai data pendukung untuk melengkapi penelitian ini

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Pada penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, tidak dirumitkan dengan perhitungan menggunakan angka pada statistika sosial melainkan pada penekanan pada data dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan narasumber yang diterjemahkan dalam tulisan baku. Analisis deskriptif ditandai dengan memaparkan subjek penelitian, analisis ini bertumpu pada pertanyaan dasar yaitu “bagaimana”<sup>16</sup>

Pada penelitian ini, penentuan sampling penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sebuah metode *non random sampling* dimana peneliti memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan dapat menanggapi penelitian yang sedang diteliti<sup>17</sup>. Berdasarkan penjelasan

tersebut, peneliti memilih untuk menggunakan teknik *purposive sampling* dengan terlebih dahulu mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel sebelum pada akhirnya peneliti menetapkan sampel tersebut digunakan dalam penelitian ini.

Pada dasarnya, prosedur penentuan *sampling* adalah dengan cara bagaimana peneliti menentukan *key informan* dan informan. Peneliti menentukan satu orang anggota komunitas MBM bernama Hendra, seorang karyawan pada perusahaan swasta yang berdomisili di Jakarta Selatan, Hendra merupakan salah satu dari pencetus dan pendiri dari komunitas MBM, sebagai *key informan*. Kemudian peneliti juga menentukan dua orang informan anggota komunitas MBM bernama Vazar, seorang karyawan swasta dan berdomisili di Jakarta Barat, dan terakhir yaitu Achmad Fauzi yang juga merupakan seorang karyawan swasta, berdomisili di Jakarta Selatan. Peneliti melakukan wawancara terhadap ketiga sampel, yaitu *key informan* dan informan dari penelitian ini. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju atau pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (*informan*)<sup>18</sup>. Wawancara dilakukan untuk mengetahui untuk melengkapi data dan upaya memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat<sup>19</sup>. Teknik dari wawancara yang biasanya digunakan di dalam sebuah penelitian kualitatif adalah wawancara secara mendalam (*in-depth interview*), yang merupakan proses memperoleh suatu keterangan yang bertujuan untuk sebuah kepentingan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab seraya melakukan tatap muka antara peneliti atau pewawancara dengan informan atau yang diwawancarai, dengan ataupun tanpa menggunakan adanya pedoman (*guide*) dari wawancara, di mana pewawancara atau peneliti dan yang diwawancarai atau informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama<sup>20</sup>.

Peneliti juga melakukan analisis data, yaitu melakukan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>21</sup>

## Hasil dan Pembahasan

Era digital yang telah kita alami saat ini adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Istilah ini juga bisa di artikan sebagai munculnya teknologi digital yang menggantikan teknologi-teknologi yang sebelumnya sudah digunakan (mekanik dan elektronik analog) oleh manusia. Era digital adalah era yang juga ditandai dengan kehadiran internet. Adanya internet membantu tiap-tiap individu melakukan interaksi dengan individu lainnya, termasuk dapat membuat perkumpulan atau kelompok secara virtual. Pembentukan kelompok secara virtual atau yang biasa disebut dengan komunitas virtual secara masif berkembang di dunia termasuk Indonesia, banyak kelompok virtual yang bermunculan dengan dilandaskan atas kesamaan yang bermacam-macam termasuk yang dilakukan oleh komunitas virtual Main Bola Mulu (MBM). Komunitas yang sesuai dengan namanya, terbentuk karena adanya kesamaan akan hobi atau minat anggotanya terhadap sepakbola yang berdomisili di Jakarta dan sekitarnya.

Komunitas MBM merupakan sebuah komunitas sepakbola lokal di kota Jakarta yang memang sengaja dibentuk oleh para anggota yang memiliki kesamaan hobi dan keinginan untuk dapat bermain sepakbola namun tidak memiliki banyak teman yang bisa diajak di dunia nyata sebelumnya. Komunitas MBM dibentuk sejak tahun 2021. Seiring perkembangannya, keberadaan MBM mendapatkan respon dan tanggapan yang sangat baik di kalangan para pecinta dan penikmat olahraga sepakbola, terbukti hingga kini komunitas MBM sudah memiliki hampir 200 orang anggota resmi yang bergabung serta lebih dari 3000 pengikut di *Instagram*.

## Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Komunitas Virtual

### *Teori Media*

Teori ini mengatakan bahwa manusia mengadaptasi lingkungannya melalui beberapa rasio dan medium primer yang membawa beberapa rasio yang penting, sehingga dapat mempengaruhi persepsi. Media juga memiliki peran yang sangat besar untuk mempengaruhi rasio manusia. Dengan kata lain, media tersebut akan menjadi perpanjangan indera manusia untuk membentuk dunianya<sup>22</sup>. Komunitas sepakbola MBM menggunakan dua media sosial dalam melakukan komunikasi kelompok, di antaranya adalah *Instagram* dan grup *Whatsapp*. *Instagram* digunakan untuk mempromosikan MBM di dunia maya atau virtual, selain bertujuan untuk menyebarkan serta meng-*update* jadwal bermain sepakbola, juga sebagai ajang mempromosikan diri kepada “netizen” yang belum bergabung dengan MBM. Interaksi yang dilakukan MBM di *Instagram* juga terbilang sangat aktif dengan membalas komentar dan pertanyaan “netizen” serta tidak sungkan untuk kembali melakukan *follow* terhadap anggota baru yang mem-*follow* komunitas ini. Kemudian grup *Whatsapp* sengaja dibentuk oleh MBM untuk memantain para anggota komunitas yang telah bergabung serta menjaga keintiman antar anggota di dalam komunitas. Pada grup *Whatsapp* MBM setiap anggota di dalamnya dapat mengirimkan pesan berupa foto, video, dan teks secara langsung kepada sesama anggota lainnya, sehingga tidak terkesan monoton interaksi di dalamnya. Peran media sosial terhadap pembentukan komunitas virtual tersebut dibuktikan berdasarkan pengakuan Hendra, salah seorang pencetus dari komunitas MBM, bahwa peran media sosial sangat membantunya dalam membuat MBM bisa bertahan bersaing dengan komunitas virtual sepakbola lainnya, bahkan MBM juga sudah mulai diperhitungkan khususnya di kalangan komunitas virtual sepakbola di Jakarta. Hendra juga menambahkan bahwa pengikut media sosial *Instagram* MBM juga semakin hari, semakin bertambah banyak.

**Gambar 1** Profil *Instagram* Main Bola Mulu



Sumber : *Instagram*

Peran media sosial dalam pembentukan komunitas MBM juga ditandai dengan diperhitungkannya komunitas ini di dunia maya, MBM dalam setahun kiprahnya sebagai komunitas sepakbola sudah dua kali masuk dalam nominasi komunitas favorit yang voting-nya dilakukan melalui media sosial, di antaranya MBM dinobatkan sebagai *Komunitas Fun Football Terfavorit* di Jakarta tahun 2022 versi AcehSoccers, serta masuk ke dalam nominasi *Komunitas Terfavorit 2022* versi Kratingdaeng.

**Gambar 2** MBM Sebagai Komunitas Fun Football Terbaik



Sumber : *Instagram*

**Gambar 3** MBM Masuk Nominasi Komunitas Terfavorit



Sumber : *Instagram*

Hal tersebut dapat memberikan penjelasan bahwa keberadaan media sosial merupakan salah satu faktor terpenting dalam pembentukan komunitas virtual MBM hingga komunitas ini menjadi dikenal dan masuk ke beberapa nominasi komunitas terfavorit dari beberapa versi. Media sosial menjadi wadah untuk bertukar informasi secara virtual atau maya ketika mereka tidak dapat bertemu secara langsung. Dapat juga dikatakan bahwa adanya komunitas virtual sebagai syarat dari media sosial, dimana komunitas adalah kumpulan manusia yang saling terhubung atas kesamaan tertentu.

## Interaksi Sosial Pada Kelompok Virtual Melalui Media Sosial

### *Teori Cyber Community*

Teori ini menjelaskan bahwa kelompok sosial yang pada dasarnya melakukan sebuah interaksi social dan juga menghadirkan perkembangan antar kelompok di dunia maya, yaitu komunitas virtual. Komunitas di dalam dunia maya terbentuk dari sekumpulan anggota atau individu dalam sebuah jaringan internet yang memang terjalin pada dasarnya atas motif tertentu di antaranya seperti kesamaan dalam hal hobi, kebutuhan, cara pandang, serta kesamaan latar belakang seperti profesi, pendidikan, agama, budaya, dan sebagainya. Kemudian pada akhirnya teori ini muncul dikarenakan kajian mengenai perkembangan teknologi informasi dan telematika menjadi sangat penting dan mendesak terutama dalam hal yang berhubungan dengan suatu perkembangan yang lahir dari adanya media baru. Teori ini juga menyebutkan bahwa interaksi sosial yang dilakukan kelompok di dunia maya menghadirkan sebuah perkembangan antar anggota kelompok di dalamnya. Teori *cyber community* ditandai dengan adanya tiga dimensi, dimensi yang pertama adalah mengenai bagaimana sebuah komunitas bisa tercipta. Kesamaan minat atau hobi terhadap sepakbola menjadi hal yang paling mendasar terkait asal mulanya komunitas MBM lahir atau “diciptakan”, komunitas ini juga terbentuk karena adanya kesamaan domisili atau tempat yang sama dari para anggotanya, yaitu Jakarta dan sekitarnya. Media sosial juga memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan komunitas MBM ini, media sosial seperti *Instagram* dan grup *Whatsapp* digunakan untuk memudahkan masyarakat terutama yang gemar bermain sepakbola dalam menemukan keberadaan MBM. Dimensi tersebut terbukti dengan pengakuan dari Hendra bahwa MBM dibentuk pada kisaran bulan April 2021. Hal tersebut berawal dari akibat adanya pandemi, Hendra melihat saat itu banyak orang termasuk orang yang ingin bermain sepakbola tapi tidak memiliki teman atau lawan main, dikarenakan padatnya pekerjaan serta semakin mengerucutnya *circle* pertemanan. Hingga akhirnya Hendra dan beberapa temannya berpikir untuk membuat sebuah komunitas virtual sepakbola untuk dapat mewadahi orang-orang yang ingin bermain sepakbola tetapi tidak memiliki cukup teman untuk dapat diajak.

Dimensi lainnya dari teori *cyber community* yaitu bagaimana proses komunikasi di dalamnya berjalan. Proses komunikasi yang dilakukan di dalam komunitas berjalan sangat baik, baik itu komunikasi yang dilakukan melalui *Instagram*, maupun melalui grup *Whatsapp*. Komunikasi yang dilakukan tidaklah satu arah, tetapi ada timbal balik, setiap anggota komunitas berhak dan diperbolehkan untuk berjajak pendapat atau bertanya mengenai informasi terbaru perihal jadwal pertandingan selanjutnya, atau hal-hal yang sekiranya bisa di-request untuk pertandingan, atau informasi lapangan sepakbola baru yang bisa dijadikan tempat pertandingan berikutnya, dan bahkan hingga ke gossip atau berita terkini tentang sepakbola dunia karena memang seluruh anggota kelompok memiliki klub sepakbola favorit baik klub dunia maupun klub lokal. Dimensi tersebut terbukti dengan pengakuan dari Vazar bahwa komunikasi kelompok yang dilakukan MBM baik di dalam grup *Whatsapp* mengalir dengan lancar, selain keseruan perbincangan yang tersaji di dalamnya, nilai kesopanan dan saling menghargai antar anggota komunitas juga dikedepankan sehingga proses komunikasi kelompok juga tetap baik. Hal senada juga disampaikan oleh Achmad Fauzi, bahwa proses komunikasi di dalam komunitas sangat berjalan baik dan ramai sekalipun sedang tidak ada jadwal pertandingan.

Dimensi berikutnya atau yang terakhir dalam teori *cyber community* yaitu bagaimana konstruksi pesan yang disuguhkan di dalam komunitas tersebut. Kedua media kelompok yang digunakan MBM sangat efektif, seperti melalui *Instagram* dan juga *Whatsapp*. *Instagram* dipakai MBM untuk memberikan *update* terkini terutama bagi netizen yang belum bergabung, agar jadwal pertandingan selanjutnya dapat diketahui. Kemudian melalui *Instagram* pula, komunitas MBM melakukan konstruksi pesan dengan memberikan respon terhadap para follower, mulai dari melakukan follow kembali terhadap anggota yang follow akun MBM, kemudian dengan memberikan tanda suka, memberikan komentar, serta dapat mengirim pesan secara langsung melalui fitur *direct message* pada *Instagram*.

Lalu konstruksi pesan yang dilakukan MBM di grup *Whatsapp* juga terbilang sangat baik, hal tersebut terlihat dari adanya timbal balik oleh anggota terhadap pesan yang disampaikan oleh MBM di dalam grup tersebut. Adanya komunikasi dua arah tersebut menunjukkan bahwa konstruksi pesan yang disampaikan dapat dimengerti seluruh anggota di dalamnya. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan Vazar terkait dapat dipahaminya konstruksi pesan yang disampaikan di dalam media kelompok yang digunakan MBM, hal tersebut dikarenakan dari segi penyampaian informasi yang dilakukan MBM terbilang cukup bagus dan sesuai dengan tujuan diadakannya komunitas ini.

Media sosial juga merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangungan komunitas virtual dalam usaha untuk membangun komunikasi serta pembentukan konstruksi pesan terhadap anggota kelompok di dalamnya. Hal ini senada dengan yang disampaikan Achmad Fauzi mengenai pentingnya media sosial bagi komunitas MBM karena menurutnya penyampaian informasi tercepat adalah melalui media sosial, setiap hari semua orang mengakses media sosial, baik itu Instagram maupun *Whatsapp*, dan kebiasaan tersebut sangat penting terutama bagi komunitas semacam MBM dalam menjaga *bounding* sesama anggota di dalamnya.

### ***Social Exchange Theory***

Keberhasilan komunitas virtual sepakbola Main Bola Mulu dalam upaya memanfaatkan adanya media sosial sebagai media komunikasi kelompok dapat terlihat dengan keberhasilan MBM dalam menjaga anggotanya agar tetap berada di dalam komunitas tersebut dan tidak terpancing untuk bergabung dengan komunitas sepakbola lainnya. Seperti yang dijabarkan dalam teori pertukaran sosial bahwa seseorang atau individu pada dasarnya akan secara sadar dan sukarela untuk masuk dan menetap dalam sebuah atau suatu interaksi sosial dengan catatan bahwa ada pertimbangan yang dilakukan individu, terutama dalam hal untuk dan ruginya berada di dalam suatu komunitas. Sudut pandang teori ini berpendapat bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan mengurangkan pengorbanannya dari penghargaan yang diterima. Di dalam MBM, setiap anggotanya merasa sadar dan dengan secara sukarela untuk tetap berada pada komunitas dalam waktu yang lama ke depannya tanpa terpancing untuk bergabung dengan komunitas lainnya yang serupa karena mereka menilai bahwa manfaat dan keuntungan yang didapat lebih besar daripada biaya yang harus mereka keluarkan selama bergabung di dalam komunitas MBM. Hal tersebut dirasakan oleh Vazar yang juga secara sadar dan sukarela tetap berada di komunitas MBM karena menurutnya komunitas seperti MBM dibutuhkan terutama bagi mereka yang memiliki keinginan untuk hidup sehat terutama yang menyukai olahraga sepakbola. Alasan lainnya adalah karena rasa nyaman yang diberikan komunitas MBM kepada anggota di dalamnya termasuk Vazar, sehingga membuat mereka tetap berada di dalam MBM dan tidak berniat untuk pindah ke komunitas sepakbola yang lain. Hal senada juga dirasakan oleh Achmad Fauzi yang merasakan kehangatan dan kekeluargaan yang membuatnya untuk tetap berada di MBM.

Sesuai dengan nilai yang diadaptasikan oleh teori pertukaran social ini, peningkatan jumlah anggota serta ketenaran komunitas ini terlihat setelah mereka memanfaatkan media sosial yang digunakan, seperti *Instagram* dan grup *Whatsapp*. Hendra pada akhir wawancara mengakui bahwa nama MBM semakin besar dan diperhitungkan sebagai komunitas sepakbola kondang setelah mereka memutuskan untuk menggunakan *Instagram* dan grup *Whatsapp* sebagai wadah mereka untuk melakukan komunikasi kelompok di antara para member MBM. Hal tersebut selain dikarenakan MBM sudah memiliki ratusan anggota di dalamnya, komunitas ini juga sudah menarik hati perusahaan besar untuk menjadi sponsor mereka dalam melakukan kegiatannya.

Hal tersebut membuktikan bahwa komunitas sepakbola MBM telah berhasil memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan grup *Whatsapp* mulai dari membentuk, mengonstruksi pesan, hingga melakukan komunikasi kelompok. Hingga pada akhirnya, nama MBM semakin berkibar di dunia media sosial sebagai komunitas virtual sepakbola yang dapat diperhitungkan dan menjadi pilihan yang tepat

untuk netizen yang sedang mencari komunitas untuk bermain sepakbola. Tidak dapat dipungkiri bahwa sejatinya media sosial sangat penting untuk keberlangsungan sebuah komunitas virtual.

## Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan juga pembahasan yang telah dijabarkan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa peran media sosial sangat memberikan pengaruh terhadap komunitas virtual seperti Main Bola Mulu (MBM). Pemanfaatan media sosial di antaranya untuk berkomunikasi dengan para anggota grup komunitas, menyebarkan informasi serta memberikan rasa nyaman dalam berinteraksi di dalamnya.

Pertama, proses terjadinya atau terciptanya sebuah komunitas virtual sepakbola Main Bola Mulu (MBM) berangkat dari kesamaan pada minat dan hobi anggotanya yaitu bermain sepakbola. Atas dasar kesamaan tersebut, pada akhirnya teretuslah inisiatif untuk membuat komunitas MBM yang memang menjadi wadah atau tempat para pecinta dan penikmat olahraga sepakbola yang berdomisili di Jakarta dan sekitarnya agar dapat berinteraksi dan berkomunikasi serta pada akhirnya bermuara di lapangan sepakbola dan bermain bersama.

Kedua, komunitas MBM memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan grup *Whatsapp* sebagai media komunitas dalam melakukan komunikasi kelompok. Pemanfaatan media sosial *Instagram* dan grup *Whatsapp* dianggap tepat dan juga sangat efektif. *Instagram* menjadi media sosial yang sangat diandalkan MBM untuk menarik netizen yang belum bergabung atau calon anggota baru, *Instagram* juga menjadi tempat MBM melakukan promosi dan melebarkan “sayap” komunitas untuk semakin dikenal di dunia maya khususnya media sosial. Sedangkan grup *Whatsapp* dimanfaatkan untuk mengonstruksi pesan dan melakukan pertukaran informasi antar anggota yang telah tergabung di dalam komunitas MBM. Komunikasi kelompok dilakukan setiap harinya dengan cara memberikan informasi dan *update* mengenai jadwal pertandingan dan segala informasi terbaru mengenai sepakbola. Grup *Whatsapp* juga menjadi tempat untuk para anggota kelompok berkomunikasi dan mengenal satu sama lainnya.

Ketiga, keberhasilan MBM dalam memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan grup *Whatsapp* ditandai dengan kenyamanan para anggota komunitas MBM sehingga tetap setia dan terus berada di dalam komunitas. Di sisi lain, MBM juga berhasil memanfaatkan media sosial dilihat dari semakin bertambahnya anggota komunitas hingga saat ini. Ditambah dengan semakin terkenalnya nama komunitas MBM di kalangan komunitas virtual sepakbola serupa di Jakarta, hingga MBM meraih predikat sebagai komunitas sepakbola terfavorit di Jakarta tahun 2022.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya perkembangan media sosial sebagai tempat bagi para komunitas virtual dalam melakukan komunikasi kelompok yang dilakukan oleh anggota kelompok di dalamnya. Peneliti berharap media sosial dapat menjadi media atau wadah bagi berbagai macam komunitas virtual apapun jenisnya, untuk dapat memanfaatkan kemajuan dari teknologi dalam hal ini media sosial untuk dapat melakukan komunikasi kelompok sehingga keberlangsungan komunitas tetap terjaga.

## References

1. Riyoko E. Pengaruh Permainan Sepakbola Terhadap Peningkatan Kebugaran Jasmani. *J Olympia*. 2019;1(1).
2. Pradiksa B, Agus D. Persepsi Masyarakat Terhadap Sepakbola Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *J Prestasi Olahraga*. 2022;5(2):53–9.
3. Kusumo R. 5 Tokoh Bangsa dengan Sepak Bola, dari Hobi Masa Kecil hingga Alat Perjuangan. *goodnewsfromindonesia.id*. 2021.

4. Prasetyo Y. Kesadaran Masyarakat Berolahraga untuk Peningkatan Kesehatan dan Pembangunan Nasional. *Medikora*. 2013;11(1):219–28.
5. Pradhana Y. Utilization of Virtual Community as a Communication Media For Pokemon Go Game Group (JPR) Using Social Media. *J Komun*. 2021;13(2):200.
6. Sholihah HZ. Peran Komunitas Japan Club East Borneo (JCEB) dalam Sosialisasi Budaya Jepang di Samarinda. *eJournal Ilmu Komun*. 2017;5961(3):152–62.
7. Widyaningrum AY. Kajian Tentang Komunitas Virtual : Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. 2021;10(2):141–52.
8. Permassanty TD, Muntiani M. Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *J Penelit Komun*. 2018;21(2):173–86.
9. Juditha C. Interaksi Simbolik dalam Komunitas Virtual Anti Hoaks untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks. 2018;19(1):17–32.
10. Prayugo DW. Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *eJurnal Ilmu Komun Univ Mulawarman*. 2018;6(1):143–57.
11. Hidayanti R, Yahya M. Peran Media Baru Dalam Membentuk Komunitas Virtual. *J Ilm Mhs FISIP Unsyiah*. 2017;2:47–66.
12. Rohayati. Proses Komunikasi Masyarakat Cyber Dalam. *J Risal*. 2017;28(1):43–54.
13. Waluyo LS, Revianti I. Pertukaran Sosial dalam Online Dating ( Studi Pada Pengguna Tinder di Indonesia ). *J Inform*. 2019;15(1):21–38.
14. Mahanum M. Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY J Educ*. 2021;1(2):1–12.
15. Karuru P. Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian. *J Kegur Dan Ilmu Pendidik*. 2013;2(1):1–9.
16. Calvin C, Sukendro GG. Gaya Hidup dan Kreativitas (Studi Deskriptif Kualitatif pada Anton Ismael). *Koneksi*. 2019;3(1):170.
17. Lenaini I. Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan. *J Kajian, Penelit Pengemb Pendidik Sej*. 2021;6(1):33–9.
18. Nurdiansyah F, Rugoyah HS. Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Purnama Berazam*. 2021;2(2):153–71.
19. Prasanti D. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR J Ilmu Komun*. 2018;6(1):13–21.
20. Linarwati M, Fathoni A, Minarsih MM. Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *J Manage*. 2016;2(2):1.
21. Ashfahani S, Imran M, Muttaqin I, Setyo G, Mumtaz H. Penggunaan Whatsapp sebagai Media Komunikasi antara Pengelola dan Penyewa Kost. *J Ilmu Komun*. 2022;14(02):55–61.
22. Virginia A. Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru: Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh Digital Natives. *J Komun Indones*. 2012;I:77–85.