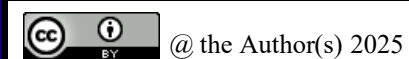




Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2025

Volume 6 Number 3, July-Sept 2025

Submitted 24 May 2025

Revised 8 Aug 2025

Accepted 18 Sept 2025

DOI : 10.53565/nivedana.v6i3.1813

FANATISME BONEK PADA AKUN X @GREEN_NORD27

Muhammad Rizqi Himawan¹, Ade Kusuma²

UPN Veteran Jawa Timur

*Corresponding Author: 20043010013@student.upnjatim.ac.id

Abstract

The X application facilitates the formation of virtual communities centered around shared interests, including various fan bases. Many enthusiasts of sports, music, politics, and other fields utilize X as a platform to connect and engage in discussions. Persebaya Surabaya, as the largest football supporter community in Indonesia, has an X account with the username @green_nord27. In Indonesia, football transcends being merely a sport; it has evolved into a cultural phenomenon characterized by the intense passion of its supporters. This study explores the expression of fanaticism among Bonek, the supporters of the Persebaya Surabaya club, on the X social media platform @green_nord27. The account is managed by the Green Nord 27 community, one of the largest fan bases of Persebaya. The primary aim of this study is to analyze how supporters express their fanaticism in the digital realm and to identify the factors contributing to this phenomenon. This research adopts a qualitative descriptive approach and utilizes various data collection methods, including literature review, documentation, observation, and in-depth interviews. The findings reveal that fanatical supporters demonstrate their passion not only through their physical presence in stadiums but also through active participation in digital activities and the creation of collective identities via digital symbols. This form of digital fanaticism fosters group solidarity and a strong sense of belonging within the community.

Keywords: Bonek, fanaticism, Green Nord 27, Persebaya Surabaya.

Abstrak

Aplikasi X juga memfasilitasi pembentukan komunitas virtual yang berdasarkan minat bersama (fanbase atau komunitas). Banyak penggemar olahraga, musik, politik dan bidang lainnya menggunakan X sebagai sarana berkumpul dan berdiskusi. Salah satu komunitas suporter sepakbola terbesar di Indonesia adalah Persebaya Surabaya. Sepak bola di Indonesia bukan hanya olahraga tetapi telah menjadi fenomena budaya yang melibatkan fanatisme di kalangan suporter. Penelitian ini membahas bentuk fanatisme yang ditunjukkan oleh Bonek sebagai pendukung klub Persebaya Surabaya melalui media sosial X @green_nord27. Akun tersebut dikelola oleh komunitas Green Nord 27 sebagai salah satu fanbase terbesar Persebaya. Penelitian

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July-Sept 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

ini bertujuan untuk menganalisis ekspresi fanatisme suporter di ranah digital dan faktor-faktor yang mendorong munculnya fanatisme tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data berupa studi literatur, dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme suporter tidak hanya diwujudkan melalui kehadiran fisik di stadion tetapi juga secara aktif ditampilkan melalui aktivitas digital dan pembentukan identitas bersama melalui simbol-simbol digital. Fanatisme digital ini juga mencerminkan solidaritas kelompok dan rasa memiliki yang tinggi terhadap komunitas.

Kata Kunci: bonek, fanatisme, green nord 27, persebaya surabaya

¹ UPN Veteran Jawa Timur, email: 20043010013@student.upnjatim.ac.id

² UPN Veteran Jawa Timur, email: ade_kusuma.ilkom@upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penggunaan media sosial ini mencerminkan betapa pentingnya peran platform digital dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik sebagai sarana hiburan, komunikasi, hingga pengembangan kreativitas. Salah satu media sosial terbesar di Indonesia adalah Twitter, yang kini dikenal sebagai X. Pada Juli 2023, di bawah kepemilikan Elon Musk, Twitter resmi diubah namanya menjadi X sebagai bagian dari rebranding besar-besaran. Tujuan dari rebranding ini adalah untuk mengubah Twitter menjadi “aplikasi segalanya” yang menawarkan lebih dari sekadar fungsi media sosial tradisional, menambahkan fitur pembayaran, *real-time communication*, dan berbagai layanan digital lainnya. Menurut Vivian menjelaskan bahwa media baru seperti internet, mampu melampaui pola penyebaran media tradisional (Surokim, dkk., 2017). Internet dapat menghilangkan batasan geografis sehingga interaksi antar manusia dapat dilakukan tanpa hambatan dan dalam waktu yang nyata (*real-time*).

Aplikasi X juga memfasilitasi pembentukan komunitas virtual yang berdasarkan minat bersama (*fanbase* atau komunitas) . Banyak penggemar olahraga, musik, politik dan bidang lainnya menggunakan X sebagai sarana berkumpul dan berdiskusi. Salah satu komunitas suporter sepakbola, yaitu Persebaya Surabaya, memiliki akun di aplikasi X sebagai akun resmi komunitas Green Nord 27 yaitu @green_nord27. Komunitas Green Nord 27 merupakan komunitas penonton di tribun utara stadion Persebaya Surabaya. Akun @green_nord27 telah ada sejak tahun 2012 dan berfungsi sebagai pusat informasi utama bagi para Bonek (istilah yang digunakan untuk suporter Persebaya). Akun ini menjadi salah satu *fanbase* dengan jumlah follower yang besar dibandingkan dengan akun *fanbase* serupa lainnya. Konten yang dibagikan cukup bervariasi, diantaranya tips “*do and don't*” untuk menjaga ketertiban dan keamanan selama menonton pertandingan secara langsung di stadion, dan informasi kegiatan atau aktivitas dari para pemain serta suporter. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini ingin melihat bagaimana fanatisme suporter Persebaya Surabaya yang ditampilkan pada akun X @green_nord27?

Bonek sendiri memiliki sejarah panjang sebagai salah satu komunitas suporter sepak bola tertua di Indonesia. Nama penggemar Persebaya Surabaya ini sering diartikan sebagai *bondo nekat*

yang artinya kelompok suporter yang memiliki kecintaan mendalam untuk selalu memberikan dukungan secara langsung di stadion saat timnya bertanding, dengan cara apapun. Citra bonek tak lepas dari singkatan kata itu sendiri, yaitu *bondo nekat* atau berani melakukan hal apapun demi mendukung tim kebanggaannya bertanding meskipun tidak memiliki modal atau materi (Tutiasri, Kusuma, 2017). Bonek memiliki slogan ikonik ‘salam satu nyali, wani!’ yang dapat dimaknai sebagai keberanian dan semangat mereka mendukung tim kebanggaannya. Meskipun demikian, Bonek juga seringkali diberitakan dengan citra suporter yang fanatik dan terlibat dalam kerusuhan di dalam atau di luar stadion. Fanatisme suporter sepak bola, seperti halnya Persebaya Surabaya, sudah ada sejak jaman perserikatan yang merupakan kompetisi amatir dengan mempertemukan tim-tim perserikatan sepak bola daerah (Junaedi, 2012). Pada tahun 2017, pergantian kepemilikan klub Persebaya Surabaya juga mempengaruhi citra dari para suporter Bonek. Singkatan kata Bonek yang berasal dari *bondo nekat* diubah menjadi *bondo, nekat dan kreatif*. Perubahan tersebut diharapkan dapat mengubah pula citra negatif bonek yang selama ini melekat di masyarakat. Menurut Azrul Ananda (Jawa Pos, 2017), perubahan tersebut sebagai upaya untuk memperbaiki stigma Bonek dengan mendorong adanya kreativitas dan perubahan positif di kalangan suporter Persebaya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan, dengan metode seperti observasi langsung atau partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, dan teknik pelengkap lainnya (Siyoto & Ali, 2015). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik yang bersifat alami maupun buatan manusia, dengan memperhatikan karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2011).

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi literatur, dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Menurut Lincoln dan Guba (1985) terdapat lima langkah penting dalam melakukan wawancara mendalam yaitu menentukan siapa yang akan diwawancarai berdasarkan tujuan penelitian, menyiapkan bahan-bahan wawancara, seperti daftar pertanyaan, menyusun tahapan wawancara agar berlangsung terarah, mengatur kecepatan wawancara, memastikan proses tetap produktif, serta mengakhiri wawancara dengan menyimpulkan poin-poin penting (Alwasilah, 2002). Informan dalam penelitian ini adalah suporter Persebaya Surabaya (Bonek), memiliki akun X dan pengikut dari akun X @green_nord27.

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	M.R Athala	20	Laki-Laki	Mahasiswa
2	A. Okta	21	Laki-Laki	Barista
3	R.S Daffa	21	Laki-Laki	Karyawan Swasta
4	A. Rizkitavani	22	Laki-Laki	Mahasiswa
5	M.Lukman	29	Laki-Laki	Karyawan Swasta
6	N.A.A Maulana	23	Laki-Laki	Karyawan Swasta

Tabel 1. Daftar Informan (*Sumber : diolah dari peneliti*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fanatisme adalah bentuk ketaatan yang sangat antusias dan tanpa syarat terhadap suatu keyakinan, yang dapat berkembang menjadi obsesi terhadap suatu topik dengan sikap keras kepala, tanpa pandang bulu, atau bahkan kekerasan (Robles, 2018). Fanatisme sering kali melampaui rasionalitas dan dapat mencapai titik berlebihan hingga justifikasi. Istilah fanatisme berasal dari kata "fan" dalam bahasa Inggris yang berarti penggemar (Seregine, dkk, 2013). Fanatisme merupakan fenomena penting dalam budaya modern dan realitas sosial, di mana budaya sangat memengaruhi individu. Hubungan sosial yang terjalin dapat membentuk keyakinan, loyalitas, dan kecintaan yang kuat (Widarti, 2016).

Fanatisme diartikan sebagai ekspresi berlebihan yang mencerminkan kecintaan terhadap kelompok tertentu yang dianggap benar. Sementara itu, fanatik merupakan manifestasi dari fanatisme, ditandai dengan perilaku ekstrem yang cenderung negatif, di mana individu fanatik akan melakukan apa saja demi memenuhi keinginannya. Tanggapan yang berlebihan tanpa disadari yang menggambarkan kecintaan pada golongan tertentu yang telah dianggap benar dan diyakini sebagai suatu hal yang baik bagi diri manusia tersebut. Fanatisme tercermin dalam perilaku fanatik, hal ini sering kali diwujudkan dalam tindakan yang cenderung negatif dalam konteks tertentu. Biasanya, orang yang fanatik akan melakukan apa saja untuk memuaskan keinginannya.

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang memiliki banyak peminat. Penggemar sepak bola berasal dari berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Di Indonesia, sepak bola juga memiliki banyak penggemar yang sangat fanatik, salah satunya adalah suporter Persebaya Surabaya yang dikenal dengan sebutan Bonek. Banyak dari penggemar Persebaya ini yang menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap tim kesayangan mereka, yang kemudian memunculkan sifat fanatisme di kalangan mereka.

Akun X @green_nord27, yang dikelola oleh komunitas Green Nord 27, menjadi salah satu representasi penting dari fanatisme suporter Persebaya di ranah daring. Komunitas ini dikenal aktif dalam mengunggah konten terkait pertandingan, opini terhadap performa tim, hingga berbagai bentuk dukungan yang bersifat simbolik dan emosional. Melalui cuitan, retweet, komentar, serta penggunaan hashtag tertentu, suporter menciptakan ruang interaksi yang mencerminkan identitas kolektif mereka sebagai pendukung setia Persebaya. Peneliti menemukan bahwa fanatisme pendukung Persebaya Surabaya dalam akun media sosial X (sebelumnya Twitter) @green_nord27 terbentuk melalui proses interaksi sosial yang intens.

Akun ini berperan penting sebagai wadah virtual yang mewakili suara komunitas Bonek, terutama dari Tribun Utara, Green Nord 27. Berbagai bentuk aktivitas digital yang peneliti temukan pada akun X @green_nord27 diantaranya: 1) mengomentari dan membagikan konten pertandingan Persebaya, 2) membuat dan menyebarkan narasi dukungan melalui hashtag, 3) mengunggah *chant*, foto koreografi, serta video dukungan kreatif, dan 4) memberikan dukungan

dan loyalitas terhadap pemain dan klub, meski di tengah performa tim yang buruk.

"Kalau Bonek itu banyak pakai love hijau, emot buaya, terus sering juga pakai panggilan 'Cak, Cak,' soalnya itu kan istilah khas dari Surabaya, Mas." (Informan 1)

"Biasanya sih, Mas, ada emot-emot gitu sama hashtag #wani." (Informan 2)

Seluruh informan sepakat jika emoji bentuk hati warna hijau dan buaya sering digunakan saat mereka memberikan berinteraksi di media sosial. Keduanya menjadi identitas dari klub kebanggaan mereka yaitu Persebaya Surabaya. Selain ini penggunaan bahasa Jawa khas Suroboyoan juga menjadi penanda keberadaan dan keakraban diantara mereka.

"Mungkin karena fans di Green North ini beragam, ya, dari yang masih anak-anak sampai yang sudah tua, jadi komentarnya juga macam-macam. Ada yang kasih tambahan informasi dari konten yang di-posting, ada juga yang sekadar komentar. Kadang, ada juga komentar negatif, tapi tetap khas dengan bahasa Jawa Surabaya." (Informan 3)

"Kalau saya lebih sering lihat emot api membara, itu yang paling sering dipakai. Terus, untuk hashtag biasanya Green North 27 atau Persebaya 27. Kalau di kolom komentar, banyak yang pakai bahasa khas, kayak 'Ayo jol, 3 poin!'" (Informan 5)

Peneliti memaknai bahwa identitas sosial pendukung Persebaya Surabaya di media sosial X terbentuk melalui berbagai aspek, seperti keterlibatan dalam komunitas, penggunaan atribut resmi, serta interaksi di akun komunitas seperti @Green_Nord27. Para suporter mengidentifikasi diri sebagai Bonek tidak hanya melalui dukungan terhadap tim di stadion, tetapi juga melalui aktivitas di media sosial yang memperkuat solidaritas dan kebersamaan mereka.

Fanatisme tidak hanya menjadi bentuk dukungan semata, namun juga simbol identitas diri dan kelompok. Suporter yang tergabung dalam komunitas ini menjadikan Persebaya bukan sekadar tim sepak bola, tetapi sebagai bagian dari hidup mereka. Fanatisme ini mendorong munculnya pola komunikasi kelompok yang sangat kuat. Simbol-simbol seperti warna hijau, kata "tret-tet-tet", yel-yel khas, hingga identitas visual komunitas (logo Green Nord 27), menjadi alat pemersatu antaranggota. Mereka tidak hanya saling mengenal secara virtual, namun juga membentuk solidaritas di dunia nyata, misalnya melalui kegiatan nonton bareng, konvoi ke stadion, dan aksi sosial. Temuan peneliti terhadap elemen utama yang mempengaruhi fanatisme, yaitu identitas sosial, pengaruh figur, koneksi emosional terhadap tim, dan media sosial sebagai ruang ekspresi.

Identitas sosial dapat didefinisikan sebagai persamaan, perbedaan, serta persoalan personal dan sosial, seperti apa yang dimiliki secara bersama-sama dengan orang lain dan apa yang membedakan kita dari mereka (Barker, 2005). Kelompok sosial adalah sistem sosial yang terdiri dari sekelompok orang yang saling berinteraksi, terlibat dalam kegiatan bersama, dan memiliki hubungan tatap muka yang sering, karena adanya tujuan dan sikap bersama. Hubungan ini diatur

oleh norma-norma serta tindakan yang disesuaikan dengan status dan peran masing-masing, dan antar anggota kelompok tersebut terdapat rasa saling ketergantungan (Ibrahim, 2003). Identitas sosial yang ditunjukkan pada akun X @green_nord27 menggambarkan bahwa anggota komunitas merasa menjadi bagian dari kelompok yang punya nilai, sejarah, dan kebanggaan bersama. Identitas ini memunculkan semangat untuk mempertahankan reputasi dan eksistensi kelompoknya.

Wolma menjelaskan bahwa fanatisme dipengaruhi oleh faktor lingkungan, cinta terhadap daerah tertentu, serta figur yang dijadikan panutan (Patriot, 2001). Setiap suporter, seperti suporter Persebaya Surabaya, biasanya memiliki idola atau panutan. Idola tersebut bisa menjadi inspirasi positif bagi para suporter karena bisa mencontoh kerja kerasnya. Namun, masalah muncul ketika rasa kagum terhadap figur tersebut berlebihan, yang mengarah pada fanatisme terhadap tokoh tersebut. Para suporter sering kali menganggap idola mereka memiliki keunggulan yang superior dibandingkan orang lain sehingga dapat menyebabkan fanatisme berlebihan terhadap figur yang mereka kagumi. Pada akun X @green_nord27 peneliti menemukan adanya kehadiran tokoh atau senior komunitas dengan pengaruh besar sering kali menjadi panutan dan pembentuk opini kelompok.

"Saya biasanya hanya membagikan berita-berita positif saja, Mas. Kalau ada komentar atau pernyataan negatif, saya jarang menanggapi karena saya tidak terlalu fanatik dalam hal itu." (Informan 1)

"Aku lebih sering retweet, misalnya kalau pertandingan sudah selesai atau pas Persebaya Day. Biasanya sih lebih ke itu, sering retweet hasil pertandingan, baik saat menang maupun kalah, tetap di retweet." (Informan 3)

Bagi para suporter, mendukung Persebaya bukan hanya sekadar menonton pertandingan, tetapi juga melibatkan berbagai bentuk dukungan nyata. Mereka rela mengorbankan waktu, tenaga, dan uang untuk membeli atribut resmi, datang langsung ke stadion, menyanyikan chants, serta mengikuti akun-akun fanbase agar selalu terhubung dengan perkembangan klub. Kekecewaan saat tim mengalami kekalahan maupun kebahagiaan saat meraih kemenangan menjadi bukti nyata luapan emosi mereka sebagai pendukung setia. Loyalitas ini juga berperan dalam menumbuhkan fanatisme, namun tetap dalam batas yang positif.

"Kalau saya suka Persebaya, pasti follow akun X resminya official persebaya dan @green_nord27. Tapi lebih ke sekadar cari info, seperti siapa saja yang main hari ini atau momen-momen terbaru. Cuma, yang kadang kurang saya suka ada beberapa Bonek yang kurang dewasa dalam menanggapi hasil pertandingan. Misalnya, saat Persebaya kalah atau bahkan seri, mereka malah melampiaskan amarah di media sosial. Kadang sampai menyerang akun media sosial pemain. Ada juga beberapa media yang seolah memperkeruh suasana." (Informan 4).

"Kalau memberikan komentar, saya lebih memilih di akun @green_nord27. Saya tidak pernah berkomentar di akun pribadi pemain, karena kasihan juga kalau mereka terbebani mental, apalagi saat tim dalam kondisi kalah. Menang, kami tetap bangga, dan kalau kalah, tetap kami dukung. Kalau ingin menyampaikan

aspirasi atau kritik, saya lebih memilih berkomentar langsung di akun resmi Persebaya agar lebih tepat sasaran.” (Informan 5)

Para informan menegaskan bahwa kecintaan mereka terhadap Persebaya bukanlah alasan untuk bertindak anarkis, melainkan sebagai sarana hiburan dan kebanggaan. Untuk menghindari adanya ungghahan ekspresi atau emosi yang meledak-ledak untuk menyerang suporter lawan secara verbal, hingga kritik destruktif saat klub gagal menang, dibutuhkan adanya literasi digital yang baik sehingga fanatisme tidak bergeser menjadi bentuk agresi. Akun X @green_nord27 turut berperan dalam koneksi emosional dan menyalurkan semangat fanatisme ini ke arah yang lebih baik, seperti melalui kegiatan penggalangan dana dan aksi sosial lainnya. Hal ini tidak hanya menjadi bentuk dukungan bagi Persebaya, tetapi juga membantu mengubah citra Bonek menjadi lebih positif di mata masyarakat. Persebaya dianggap lebih dari sekadar klub—ia adalah simbol perjuangan, sejarah kota Surabaya, bahkan representasi kelas pekerja dan rakyat kecil.

“Biasanya kalau mau mengapresiasi kemenangan, saya suka share skor pertandingan untuk menunjukkan kalau Persebaya lagi bagus, apalagi kalau menang besar” (Informan 2)

Komentar negatif di media sosial tidak hanya datang dari fans Persebaya sendiri, tetapi juga dari pendukung klub lain. Hal ini sering kali memicu perdebatan dan pertengkaran di kolom komentar, yang justru membuat suasana menjadi tidak nyaman. Banyak fans Persebaya yang berharap adanya dukungan antar sesama suporter, namun justru dihadapkan pada situasi saling membenci akibat perbedaan pendapat. Terkait hal ini, para informan cenderung menanggapi komentar yang mengandung unsur rasisme dan kata-kata tidak sopan. Menurut mereka, komentar seperti itu biasanya akan langsung mendapat serangan balik dari Bonek. Namun, di sisi lain, jika ada komentar yang bersifat positif, maka akan dibalas dengan cara yang sama, yaitu dengan tanggapan yang juga positif. Para informan mengaku berusaha mengontrol diri dalam berkomentar di media sosial. Mereka menganggap bahwa perbedaan pendapat merupakan hal yang wajar, sehingga harus disikapi dengan tenang. Jika ingin memberikan kritik kepada pemain atau manajemen, mereka menilai bahwa kritik tersebut sebaiknya disampaikan secara bijak agar tidak mengganggu fokus tim dalam pertandingan.

“Kalau ada suporter lain yang komen di X Green Nord, terutama yang bernada provokasi atau rasis, pasti banyak Bonek yang bereaksi, mas. Biasanya, kalau komennya negatif dan menyerang Persebaya, pasti ada yang membalas dengan keras. Tapi kalau ada yang berkomentar dengan positif atau sekadar berdiskusi dengan baik, ya pasti dibalas dengan baik juga.” (Informan 1)

"Dalam mengelola konflik atau perbedaan pendapat, saya rasa itu hal yang wajar di kalangan penggemar tim besar di media sosial seperti X. Cara terbaik menurut saya adalah tetap tenang dan menghindari konfrontasi langsung dengan hal-hal negatif. Sebisa mungkin, saya juga berusaha menghindari provokasi yang tidak perlu. Kalau memang ada komentar yang kurang pantas, lebih baik diabaikan saja daripada memperpanjang masalah." (Informan 3)

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July-Sept 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Aplikasi X dan suporter memiliki keterkaitan yang kuat, terutama dalam hal interaksi dan distribusi informasi. Platform media sosial ini memberi kesempatan kepada suporter untuk berbagi pandangan, merayakan keberhasilan, atau mengekspresikan kekecewaan dengan cepat dan langsung. Melalui penggunaan hashtag dan thread, mereka dapat membentuk komunitas yang solid, saling mendukung, serta terlibat dalam diskusi yang lebih luas mengenai tim atau atlet kesayangan mereka. Selain itu, X juga berfungsi sebagai saluran komunikasi bagi klub untuk berinteraksi dengan penggemar, memberikan informasi terbaru, dan meningkatkan keterlibatan mereka. Dalam konteks ini, X bukan sekadar platform biasa, melainkan juga menjadi tempat bagi suporter untuk mengekspresikan dukungan dan identitas mereka. X memungkinkan keterlibatan yang masif dan real-time. Melalui akun @green_nord27, komunikasi dua arah terjadi secara dinamis antara sesama suporter maupun dengan pihak klub. Melalui postingan akun X, komunitas Green Nord 27 telah menunjukkan transformasi yang positif dengan mengedepankan nilai-nilai damai, kreatif, dan inklusif. Munculnya slogan seperti *"Is Our Home"* menandakan perubahan dari fanatisme agresif menuju fanatisme produktif dan sehat. Transformasi ini juga berdampak terhadap citra Bonek di mata publik—yang dulunya dikenal anarkis, kini mulai dipandang sebagai pendukung yang loyal dan terorganisir.

"Kalau dari Green Nord, saya lebih terkesan dengan foto sampul di profil akun X @green_nord27, yang menunjukkan solidaritas dan kekompakan suporter. Ditambah lagi, video-video di YouTube juga semakin memperkuat kesan tersebut."(Informan 4)

"Konten yang dibagikan Green Nord di media sosial nggak cuma soal persiapan pertandingan. Mereka juga sering melakukan perdamaian lewat konten-konten mereka. Selain itu, ada kegiatan sosial seperti charity atau sumbangan, baik untuk korban suatu kejadian maupun untuk panti asuhan. Jadi, lewat konten-konten ini, Green Nord bisa membantu membangun citra positif Bonek di mata netizen dan masyarakat luas." (Informan 3)

Akun @green_nord27 berperan sebagai wadah bagi para Bonek untuk mendapatkan berbagai informasi terkait komunitas dan Persebaya. Para informan mengaku menyukai konten yang dibagikan oleh akun ini, terutama video ultras. Menurut mereka, video yang menampilkan adu yel-yel dengan suporter tim lain mampu membangun atmosfer semangat dan menumbuhkan rasa rindu untuk kembali mendukung Persebaya secara langsung di stadion. Fanatisme ini lahir bukan hanya dari kecintaan pada klub, tetapi juga dari sejarah, relasi sosial, serta kebutuhan akan eksistensi diri dalam kelompok. Melalui Media sosial X, akun @green_nord27 berperan sebagai katalis yang memperkuat ikatan komunitas dan memperluas ruang komunikasi mereka. Interaksi yang terjadi di dalamnya telah melahirkan budaya baru dalam mendukung tim sepak bola, yang tak lagi terbatas di stadion, melainkan juga aktif di ruang digital.

KESIMPULAN

Fanatisme di kalangan pendukung Persebaya memiliki beragam bentuk. Fanatisme tersebut ditunjukkan melalui kehadiran langsung di stadion, kepemilikan atribut seperti jersey dan hoodie,

serta keterlibatan dalam komunitas daring seperti akun X fanbase @green_nord27 dan akun resmi Persebaya. Akun X @green_nord27 menjadi wadah bagi bonek untuk mendapatkan informasi seputar Persebaya, mulai dari jadwal pertandingan, event yang akan digelar, hingga aksi sosial. Kehadiran akun ini turut membantu membangun citra positif bonek di mata masyarakat, yang sebelumnya sempat mendapat stigma negatif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa fanatisme supporter Persebaya Surabaya yang tergabung dalam komunitas Green Nord 27 dan aktif di akun X @green_nord27 merupakan bentuk keterikatan emosional yang sangat kuat terhadap klub kebanggaan mereka. Fanatisme tersebut diekspresikan melalui aktivitas daring seperti mengunggah komentar dukungan, membagikan hasil pertandingan, hingga berpartisipasi aktif dalam diskusi terkait klub. Media sosial, dalam hal ini X menjadi ruang alternatif dan strategis bagi para supporter untuk menunjukkan loyalitas sekaligus memperkuat identitas kolektif mereka sebagai bagian dari Bonek. Faktor-faktor yang melatarbelakangi fanatisme ini antara lain adalah ikatan emosional terhadap klub, pengaruh lingkungan sosial, dan peran media sosial sebagai ruang ekspresi dan konsolidasi komunitas. Meski sebagian ekspresi fanatisme bisa berujung pada perilaku agresif, akun @Green_Nord27 justru mempromosikan nilai-nilai positif seperti kedamaian dan kreativitas. Fanatisme supporter Persebaya di media sosial tidak hanya mencerminkan bentuk dukungan terhadap klub, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas, solidaritas kelompok, serta ruang ekspresi budaya supporter di era digital.

REFERENSI

- Junaedi, F. (2012). Bonek: Komunitas Supporter Pertama dan Terbesar di Indonesia. Suka Buku.
- Patriot, Y. (2001). Hubungan Antara Fanatisme Berpolitik Dengan Agresifitas Kelompok. Skripsi. Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945.
- Robles, M.U. (2018). Fanaticism in Psychoanalysis. USA: Routledge
- Sukmadinata, N.S. (2011). Landasan Psikologi Proses Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Surokim (Ed). (2017). Internet, Media Sosial, dan Perubahan Sosial di Madura. Madura: Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB Universitas Trunojoyo Madura.
- Tutiasri, R.P., Kusuma, A., (2017). Pergeseran Identitas Budaya Komunitas Suporter Surabaya di Instagram. Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi) Vol. 6 (1), September 2017 <https://kanal.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1645/1852>
- Astuti, Menik Purwandari. 2011. Hubungan Antara Fanatisme Terhadap Tokoh Idola Dengan Imitasi Pada Remaja. FKIP: UMS
- B, C., James, J., Floye, & Winsor, J. L. (2006). Komunikasi Bisnis dan Profesional. Rosda Jayakarya.

Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). Psikologi sosial. Edisi kesepuluh: jilid 2.

Jakarta: Erlangga Buss, A.H., & Perry, M. (1992). The Aggression Questionnaire. Journal of Personality and Social Psychology. The American Psychological Association, Inc.

Craswell, W, John. (2016) Reseaerch Design: Metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Chung, Emily. Beverland, Michael.

Farrelly Francis. Quester, Pascale. (2008). “Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context”, in NA –Advances in Consumer Research Volume 35, eds. Angela Y. Lee and Dilip Soman, Duluth, MN :Association for Consumer Research, Pages: 333-340.

Handoko, A. (2021). Hubungan Fanatisme Suporter Sepakbola Terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi Ariawan. Jurnal Pion, 1(1), 34–Hapsari, I.,

EWibowo, I. (2015). Hubungan fanatisme dengan agresivitas suporter klub sepakbola. Jakarta. Universitas Gunadarma.

Hootsuite and We Are Social. (2023). Digital in 2023 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Krahe, B. 2005. Perilaku Agresif. Yogyakarta; Pustaka Pelajar.

Patriot, Yuana. 2001. Hubungan antara fanatisme berpolitik dengan agresifitas kelompok. Skripsi (tidak diterbitkan). Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945.

Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan Fanatisme pada Remaja Korean Wave. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 1(2), 84–90.

Rianingsih, C., Wulan, R. R., & Malau, R. M. (2019). Fanatisme Fans Perempuan Dalam Mendukung Klub Sepak bola Manchester United”(Studi Kasus Pada United Babes Of Bandung. Ilmu Komunikasi, 8, 188–194.

Ritzer, George. 2012. Teori Sosiologi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Ridwan, Metode & Teknik Penyusunan Tesis. (Bandung: Alfabeta, 2006)

Robert, F. S. (2011). Pengantar psikologi understanding psychology (edisi 10). Jakarta. Salemba.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July-Sept 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id