

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola ialah kegiatan olahraga yang menarik minat mayoritas penduduk di seluruh dunia. Olahraga ini populer di kalangan berbagai kelompok usia dan jenis kelamin, mencakup baik orang tua maupun anak-anak tanpa memihak gender. Pertumbuhan sepak bola di kalangan masyarakat terjadi dengan cepat karena permainan ini selalu dinikmati dan digemari oleh semua golongan, mulai dari anak kecil hingga dewasa, bahkan orang tua (Sucipto, dkk. 2000: 7). Sepakbola telah menjadi olahraga yang sangat terkenal secara global, termasuk di Indonesia, dan dapat dianggap sebagai olahraga utama yang paling diminati di negara ini. Ketertarikan terhadap sepakbola tidak hanya terbatas pada bermain, melainkan juga melibatkan kesenangan dalam menonton pertandingan sepakbola (Vembria Rose Handayani 1, 2019).

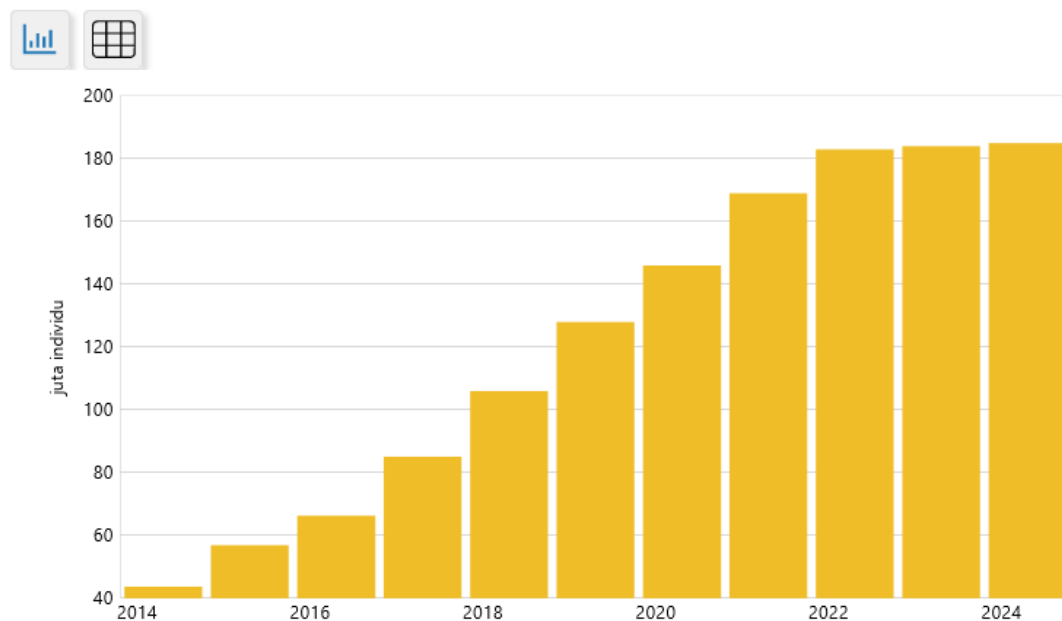
Kemeriahan dalam pertandingan sepak bola sangat mengesankan, seringkali memengaruhi tingkat fanatisme penonton kepada klub favorit mereka. Bahkan, para penggemar bersedia untuk melakukan berbagai tindakan ekstrem demi mendukung klub kesayangan mereka. Dalam dunia sepak bola, dukungan dari para suporter memiliki peran krusial dalam menentukan kesuksesan suatu tim dalam sebuah pertandingan. Kehadiran suporter tidak hanya memberikan semangat, tetapi juga menjadi sumber motivasi bagi setiap pemain untuk menunjukkan kemampuan terbaik mereka. Olahraga Sepak bola ialah olahraga yang banyak diminati karena menampilkan pertandingan yang menyenangkan dan membangkitkan antusiasme bagi para penonton, terutama bagi para pendukung yang sangat fanatik (Tiyanto et al., 2019).

Antusiasme penggemar sepakbola sering terungkap di berbagai saluran media, dan dalam era modern, media dan olahraga sangat terkait satu sama lain. Menurut (Bannet, 1983) menyatakan bahwa media telah berfokus pada kegiatan olahraga, terutama di Inggris dan AS. Olahraga, khususnya sepakbola, telah menjadi topik berita yang menarik bagi media di Indonesia untuk tujuan meningkatkan jumlah pembaca. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa 77% orang Indonesia tertarik pada sepak bola

(Nielsen Sport, 2013). Indonesia bahkan menduduki peringkat kedua sebagai negara peminat sepak bola setelah Nigeria, di mana sekitar 83% penduduknya memiliki minat terhadap olahraga ini. Fakta ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang fanatik terhadap sepak bola, sehingga meningkatkan potensi terjadinya benturan antar sesama penggemar bola. Dalam hal ini, Media memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan ini termasuk informasi tentang berita olahraga yang mencakup peristiwa, ajang, dan prestasi terkini dalam olahraga. Semua berita tentang sepak bola dapat dengan mudah diakses secara online.

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)

 databoks

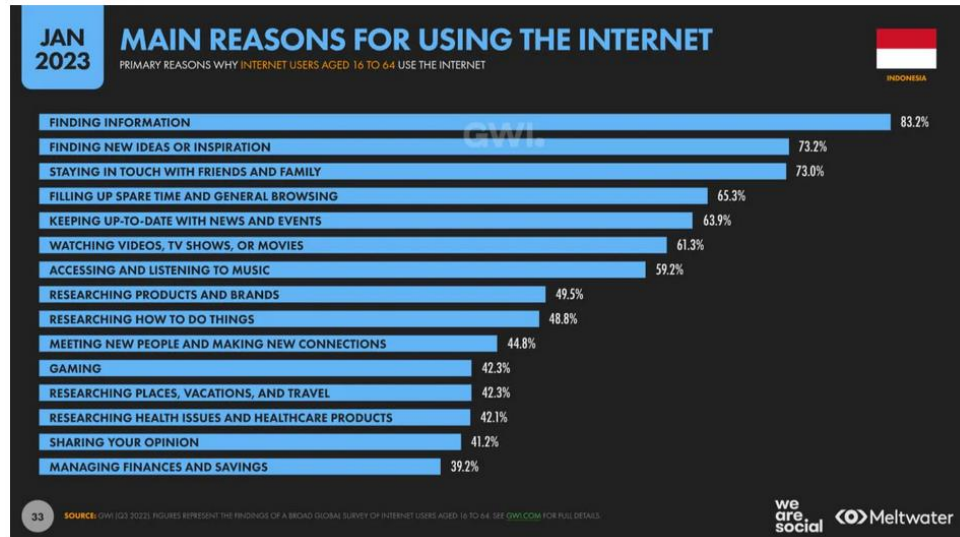


Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2014-Januari 2024)

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Selama periode Januari 2014 hingga Januari 2024, penggunaan internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sekitar 88,1 juta, dan pada tahun 2024, jumlah ini diperkirakan telah melonjak menjadi lebih dari 220 juta pengguna. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan aksesibilitas dan keterjangkauan perangkat mobile, perluasan infrastruktur jaringan, serta peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pemerintah dan sektor swasta juga berperan penting dalam memfasilitasi adopsi teknologi digital melalui berbagai inisiatif dan program. Selain itu, meningkatnya penggunaan platform media sosial, e-commerce, dan layanan digital

lainnya turut mendorong pertumbuhan pengguna internet. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan konektivitas dan interaksi sosial, tetapi juga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan di Indonesia.

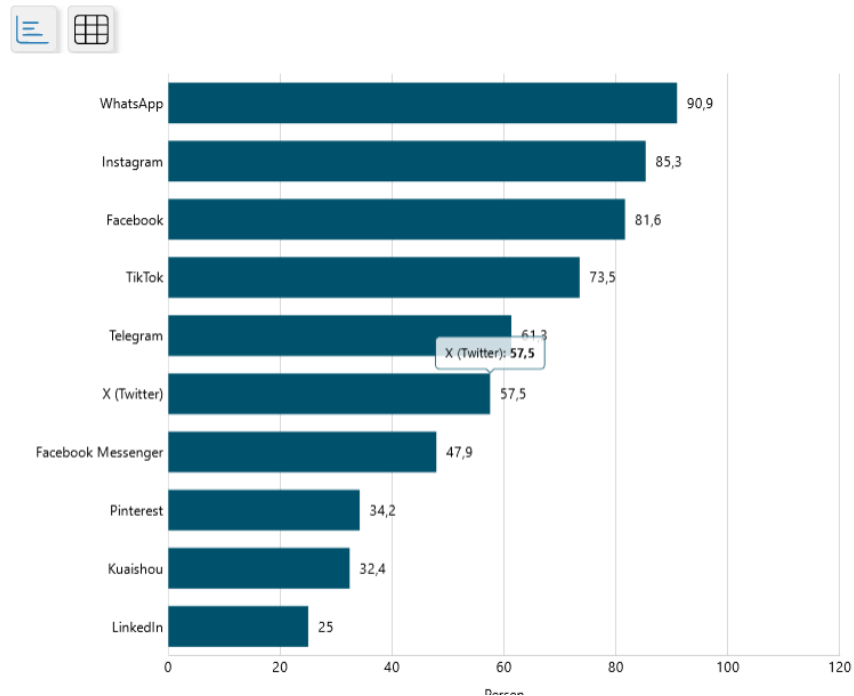


Gambar 1.2 Alasan paling populer untuk menggunakan internet di Indonesia

Sumber : www.meltwater.com

Gambar 1.2 menunjukkan beberapa alasan paling populer untuk menggunakan internet di Indonesia, Alasan utama pengguna internet 83,2% penduduk Indonesia adalah mencari informasi. Sebagian besar warga Indonesia saat ini mengandalkan internet sebagai sumber utama mereka untuk mendapatkan informasi tentang segala hal, mulai dari peristiwa terkini hingga saran kesehatan di tengah situasi saat ini. Selain itu terjuga alasan lain Masyarakat Indonesia menggunakan internet yakni untuk menemukan inspirasi, berkomunikasi dengan teman dan keluarga, hingga konflik dalam dunia olahraga menjadi topik yang sangat diminati dalam pemberitaan media massa. Media massa di indonesia sendiri sangat beragam, salah satu nya media sosial. Van Dijk, sebagaimana disampaikan oleh Nasrullah (2015), mendefinisikan bahwa media sosial merupakan platform media yang menekankan peran pengguna, memberikan mereka kesempatan untuk berkolaborasi, dan berpartisipasi dalam aktivitas. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap menjadi media online yang membangun ikatan sosial dan meningkatkan interaksi.

10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024)



Gambar 1.3 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024).

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

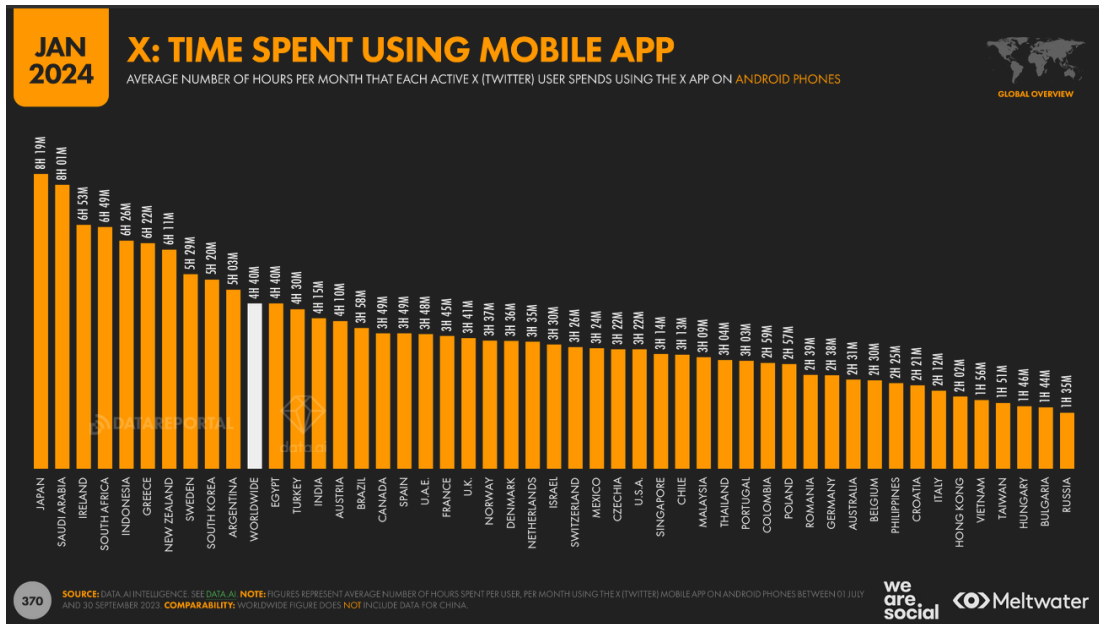
Beberapa Media sosial yang ada pada gambar diatas antara lain, Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter atau dengan nama lain X, yang sebagian telah digunakan oleh Masyarakat Indonesia. Dari gambar 1.3 dapat diketahui bahwa Twitter berada pada posisi 6 teratas, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut masih populer di kalangan Indonesia sebagai platform media sosial dengan presentase 57,5%. Menurut data yang dilaporkan oleh datareportal, terdapat 24,69 juta pengguna Twitter di Indonesia pada awal tahun 2024, dengan memperhitungkan total populasi. Dari Data tersebut membuktikan bahwa media sosial Twitter dapat tetap eksis dan mempertahankan keberadaannya sejalan dengan perkembangan media sosial pada era digitalisasi ini.

Berbicara tentang media sosial yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi secara digital, media sosial berkaitan dengan penyampaian pesan/informasi terhadap khalayak. Media sosial memiliki sifat yang terbuka dan memungkinkan pengguna untuk secara bebas menyampaikan pendapat, memberikan komentar pada postingan, dan menyebarkan informasi dengan cepat dan tanpa batasan. Menurut Rajeev (2015), media sosial mempengaruhi berbagai masyarakat dalam

memungkinkan individu untuk membuat pandangan dan kehidupan mereka menjadi publik. Oleh karena itu, jika pemanfaatan media sosial tidak etis atau melibatkan perilaku yang buruk, dampak negatifnya dapat dirasakan oleh banyak orang dan mempengaruhi masyarakat secara umum. Dampak negatif dari sosial media menurut (Vania Natali, 2021), yaitu pengaruh terhadap kesehatan emosional, terdapat berita bohong atau berita palsu, dan ujaran kebencian (hate speech).

Banyak orang percaya bahwa tulisan mereka dianggap perilaku yang dapat diterima karena kemudahan memberikan komentar melalui akun media sosial memungkinkan mereka untuk dengan bebas menyampaikan rasa tidak suka mereka terhadap orang lain. Di media sosial, perilaku kasar secara verbal dapat diamati dalam komentar yang ditujukan terhadap pengguna lain dan pemegang akun. Menyakiti seseorang secara verbal sering dianggap biasa oleh kebanyakan pengguna media sosial, tetapi sebenarnya termasuk perilaku kurang menyenangkan dan dapat dianggap sebagai bentuk intimidasi terhadap orang tersebut. Kekerasan verbal adalah tindakan yang mencakup penggunaan kata-kata, ucapan, atau cara berbicara yang menimbulkan ujaran kebencian (Hamilton, 2012). Perilaku ini dilakukan secara sengaja oleh individu agar menciptakan dampak negatif pada individu lain serta mempunyai tujuan untuk menyakiti perasaan seseorang.

Agresi verbal ini termasuk kedalam perilaku agresi. Menurut (Hamilton, 2012) yang mengutip Buss dan Perry, agresi dapat berarti tingkah laku yang menyebabkan kerusakan pada orang lain, baik fisik maupun psikologis. Perilaku ini cenderung mengekspresikan pikiran, perasaan, kehendak, dan tindakan secara kasar dan bersifat negatif. Sangat mengkhawatirkan bahwa agresi verbal terjadi karena manusia adalah makhluk sosial yang cenderung bersosialisasi (Schneider, 2005). Fenomena ini dapat terkait dengan dinamika dalam media sosial, di mana interaksi manusia seringkali dipertajam oleh penggunaan kata-kata dan ekspresi verbal dalam platform tersebut. Penggunaan perilaku agresif secara verbal sering dianggap sebagai sesuatu yang umum, terutama terlihat pada platform media sosial seperti Twitter. Di sana, ekspresi verbal sering menjadi sarana untuk menyampaikan pendapat, dan terkadang, interaksi online tersebut mengandung unsur agresivitas.



Gambar 1.4 Jumlah rata-rata jam per bulan setiap pengguna aktif X (Twitter) yang membuka aplikasi X di ponsel Android (2024)

Sumber : www.meltwater.com

Pada Gambar 1.4 Indonesia termasuk dalam 11 besar negara dengan rata-rata penggunaan yang signifikan. Pengguna aktif di Indonesia menghabiskan rata-rata 4 jam 40 menit per bulan untuk membuka aplikasi X di perangkat Android mereka. Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki keterlibatan yang tinggi dengan platform tersebut, menjadikannya salah satu dari negara dengan penggunaan aplikasi X tertinggi di dunia pada tahun 2024. Twitter merupakan media sosial yang didirikan sekitar lima belas tahun lalu oleh Noah Glass, Jack Dorsey, Evan Williams, dan Biz Stone dari San Fransisco, California, AS, telah berkembang menjadi salah satu platform yang berkembang secara pesat. Twitter, yang pertama kali diluncurkan pada 21 Maret 2006, secara resmi dibuka untuk umum pada 15 Juli 2006. Platform ini terus berkembang, menarik pengguna dari berbagai usia dan kalangan. Media sosial Twitter/X memiliki konsep sebagai suatu wadah digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berbagi informasi, dan menjalin hubungan sosial melalui pesan singkat yang disebut "Tweet". Pembatasan karakter tweet hingga 280 karakter yang membuat penggunanya harus dapat menyampaikan informasi dengan singkat dan mudah dipahami.

Salah satu contoh penggunaan Twitter/X sebagai sumber informasi sepakbola, terdapat akun @idextratime. Akun Twitter/X @idextratime cukup populer dan sering

dikunjungi oleh pengguna X di Indonesia dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai dunia olahraga yakni sepakbola. Hingga saat ini per-November 2023, akun @idextratime telah membuat postingan sebanyak 120,3 ribu kali dan mempunyai 880,9 ribu followers sejak dibuat pada Januari 2020. Melalui akun ini, pengguna memiliki kemampuan untuk menelusuri informasi terkini dan berita terkait sepakbola dari seluruh dunia, serta berpartisipasi dalam diskusi mengenai beragam topik terkait pertandingan yang akan datang bersama para pengikutnya.



Gambar 1.5 akun X @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

(Sage,1990) Dalam kaitannya dengan hubungan antara media dan dunia olahraga, dapat dikemukakan bahwa keduanya memiliki aspek positif dan negatif. Media mampu memperoleh dukungan luas dari masyarakat dengan melaporkan tentang olahraga yang menjadi favorit mereka, sementara dunia olahraga mendapatkan perhatian dari masyarakat berkat liputan media. Meskipun begitu, terkadang hubungan ini dapat menimbulkan masalah bagi olahraga terkait akibat cara media melaporkan peristiwa tersebut. Keduanya saling berpengaruh dan saling tergantung pada keberhasilan komersial serta tingkat popularitas yang berhasil mereka capai. Nilai berita yang mengandung konflik cenderung menarik perhatian pembaca, konflik dalam dunia olahraga menjadi topik yang diminati, seperti yang disebutkan oleh Doris A. Graber (1993), yang menyatakan bahwa nilai berita yang banyak diadopsi oleh media massa termasuk unsur kejadian luar biasa, hiburan, familiaritas, kedekatan, konflik, dan kekerasan.

Topik yang selalu ramai diperbincangkan di akun X @idextratime ialah berita kekalahan klub sepakbola yang bernama Manchester United. Di Indonesia, olahraga sepakbola bukanlah hal yang asing bagi masyarakat, Indonesia termasuk negara yang memiliki sejumlah besar penggemar sepak bola, terutama yang memberikan dukungan kepada klub Manchester United, yang dianggap sebagai salah satu basis pendukung terbesar di tingkat global. Akun @idextratime terus menyajikan berita tentang kekalahan beruntun Manchester United. Penggemar klub Manchester United atau dengan nama lain setan merah semakin kecewa seiring dengan penampilan yang tidak memuaskan dari tim kesayangan mereka. Berita tersebut membuat para followers hingga *Fans* klub lain tertarik untuk membicarakan topik tersebut.



Gambar 1.6 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>



Gambar 1.7 tweet kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Di dalam Tweet tersebut akun @idextratime memberikan informasi pertandingan dari klub Manchester United yang telah usai dengan hasil kekalahan dua kali berturut turut dan tidak sesuai dengan harapan pendukungnya. Situasi tersebut memicu berbagai tanggapan dari para pengikut @idextratime, yang secara masif memberikan pendapat dengan beragam sudut pandang, termasuk yang bersifat positif dan negatif. Dalam konteks sepak bola, dukungan dari para pendukung sangatlah krusial karena kehadiran mereka mampu meningkatkan semangat dan motivasi setiap pemain. Supporter adalah orang yang menunjukkan kasih sayang dan komitmen yang kuat terhadap idola mereka. Mereka mampu berusaha bertindak segala cara untuk membantu benda yang mereka cintai, termasuk melakukan apa pun untuk membantunya sukses dan berfungsi. (Harian Supersoccer, 2011).



Gambar 1.8 tweet penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Setelah beberapa saat dari kekalahan Manchester United, nyatanya akun @idextratime tidak hanya memberikan informasi mengenai sepakbola kepada followersnya. Namun bisa dilihat pada gambar 1.8 tweet tersebut seolah memberikan sebuah hinaan atas kalah nya Manchester United dan merupakan sebuah tindakan agresi verbal. Tweet tersebut kurang santun dan tidak menunjukkan rasa hormat kepada pihak *Fans* klub Manchester United. Selain itu, *tweet* tersebut juga menyebarkan pesan berbentuk ujaran kebencian. Hal ini mengundang respon yang tidak sedikit dari followers @idextratime, terdapat 258 pengikut yang berkomentar terhadap *tweet* tersebut.



Gambar 1.9 Respon komentar di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

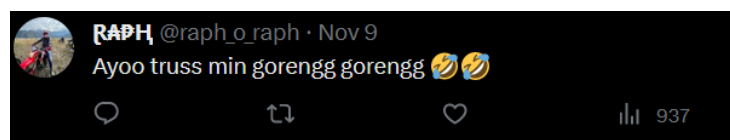
Didalam *Tweet* penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime, terdapat followers @idextratime berkomentar dengan pendapat mereka yang kurang sopan. dan tak jarang pula yang mendukung agar akun @idextratime terus membuat *tweet* yang menghina Manchester United. Mereka mengatakan bahwa akun @idextratime adalah akun sampah, dan ada pula yang hanya menikmati dengan tertawa sebagai candaan saja.



Gambar 1.10 *tweet* penghinaan kekalahan Manchester united di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Gambar 1.10 menunjukkan *tweet* penghinaan kekalahan Manchester United yang diposting oleh akun @idextratime. *Tweet* tersebut mungkin memuat ejekan atau sindiran terhadap performa buruk Manchester United dalam pertandingan yang baru saja berlangsung. Isi *tweet* tersebut berupa hinaan Ketika klub Manchester united mengalami kekalahan dalam pertandingan dengan jumlah skor 4-3. . Penghinaan semacam ini sering kali menimbulkan reaksi beragam dari pengguna Twitter lainnya, termasuk pendukung setia Manchester United yang mungkin merasa tersinggung atau justru membela tim kesayangan mereka.



Gambar 1.11 Respon komentar di akun @idextratime

Sumber : <https://Twitter.com/idextratime>

Beragam tanggapan dari pengguna X tentang *Tweet* dari akun @idextratime mengenai bullyan terhadap kekalahan Manchester United menunjukkan perilaku dan sikap yang beragam bentuknya. Dari yang hanya sekedar menikmati cuitan tersebut, membantu *reTweet* dan like agar utas tersebut viral lalu membandingkan dengan situasi pendukung club lain, bahkan adapula pendukung setan merah rela berbuat apapun demi klub kebanggaan nya. Hal ini disebut dengan fanatisme (Anam, 2016). Jika seseorang memiliki tingkat fanatisme, hal tersebut dapat mempengaruhi tindakan mereka, baik dalam mengekspresikan fanatisme secara positif maupun negatif. Ini dikarenakan tingkat fanatisme yang tinggi mendorong seseorang untuk berusaha maksimal dalam menunjukkan dukungan mereka dengan berbagai cara, seperti yang dijelaskan oleh (Muslich, 2017). Timbulnya beragam sikap ini dipicu oleh keberadaan Twitter/X sebagai saluran berita yang setara dengan media konvensional. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pandangan publik dapat dengan mudah terbentuk dan seringkali termanifestasikan di platform media sosial Twitter.

Untuk memfokuskan penelitian mengenai bully terkait kekalahan Manchester United memiliki urgensi yang penting yaitu pengaruh dan Respons Emosional, Media sosial menjadi platform utama bagi penggemar sepak bola untuk berinteraksi, berbagi pendapat, dan menunjukkan dukungan mereka terhadap tim kesayangan. Dalam konteks ini, akun seperti @Idextratime dapat memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan perilaku para fans. Agresi verbal yang muncul di media sosial juga bisa memperburuk situasi dengan memicu konflik di antara fans atau memperkuat fanatisme yang berlebihan. Mengingat pentingnya fenomena ini, penelitian ini bisa memberikan wawasan berharga bagi pengelola klub, pelatih, dan psikolog olahraga tentang bagaimana media sosial dan komunikasi digital memengaruhi dinamika fans. Hasil penelitian dapat membantu dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dan mengurangi dampak negatif dari agresi verbal di media sosial

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji dua aspek yang saling terkait namun jarang diteliti secara bersamaan: pengaruh media sosial khususnya akun @Idextratime dan agresi verbal terhadap fanatisme fans sepak bola. Kebanyakan penelitian sebelumnya cenderung fokus pada satu aspek saja, seperti

dampak media sosial terhadap interaksi fans atau studi mengenai agresi verbal di dunia nyata. Dengan menggabungkan kedua aspek ini, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dan mendalam tentang bagaimana media sosial dan komunikasi negatif dapat mempengaruhi fanatisme. Selain itu, fokus pada akun spesifik @Idextratime memungkinkan untuk melihat pengaruh akun tersebut secara lebih terperinci, memberikan kontribusi unik yang dapat menjadi referensi penting bagi penelitian selanjutnya dalam bidang studi media sosial dan olahraga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya penting untuk memahami fenomena fanatisme fans klub sepakbola Manchester United, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas dalam konteks agresi verbal yang relevan dengan penggunaan media sosial dan perilaku verbal di platform tersebut.

Maka dari itu peneliti memilih *tweet* mengenai bullyan terhadap klub sepakbola Manchester United di akun @idextratime dimulai pada periode bulan Oktober 2023 - Januari 2024. Periode ini dipilih karena pada akhir tahun itu Klub Man United sering mengalami kekalahan dan ramai diperbincangkan oleh penggemar sepakbola baik pendukung Man United maupun pendukung Klub lain. *Tweet* yang diposting oleh @idextratime mengenai kekalahan Man United berkaitan dengan sebuah hinaan dan merupakan sebuah tindakan agresi verbal, tindakan tersebut dilakukan secara sengaja oleh akun @idextratime agar menciptakan dampak negatif pada individu lain seperti fanatisme *fans* Man United. Penyebab akun @idextratime membuat *tweet* hinaan yaitu upaya untuk mendapatkan perhatian atau reaksi dari pengikut mereka di media sosial dengan memanfaatkan momen momen krusial seperti kekalahan Man United. Manchester United, sebagai salah satu klub besar Inggris, menandai keberadaannya sebagai kekuatan dominan dalam sejarah sepakbola. Dalam sejarahnya yang panjang, klub ini tidak hanya menjadi representasi sepakbola berkualitas, tetapi juga simbol kebanggaan bagi penggemar yang tersebar di seluruh dunia.

Respon pendukung manchester united sering kali tidak sesuai seperti supporter seharusnya. Adanya fanatisme yang mendorong mereka untuk merasa membela ketika tim kebanggannya mengalami kegagalan. Respon dari *Fans* fanatik Manchester United mungkin mencakup pembelaan terhadap tim mereka, serangan balik terhadap akun fanbase yang merilis *tweet* hinaan, serta sikap bertahan dan dukungan yang semakin kuat meskipun dalam situasi yang sulit. Fans yang sangat fanatik terhadap Manchester United seringkali menunjukkan perilaku yang mengedepankan tujuan

tertentu tanpa mempertimbangkan atau peduli terhadap konsekuensi yang mungkin timbul. Ini terjadi karena tingginya tingkat fanatisme mendorong mereka untuk berupaya maksimal dalam mengekspresikan sikap fanatik tersebut dengan berbagai cara.

Berdasarkan uraian diatas muncullah pertanyaan, apakah akun @idextratime yang sering kali membuat tweet hinaan atas kekalahan Manchester United memiliki pengaruh terhadap fanatisme pendukung klub Manchester United tersebut. berdasarkan banyaknya fakta bahwa pendukung setan merah ini sering kali menunjukkan sikap membela dengan berbagai cara dan berpotensi menimbulkan berbagai masalah negatif, seperti menggunakan kata-kata kasar tanpa mempertimbangkan akibatnya.

Pada penelitian ini, teori komunikasi yang diterapkan adalah teori S-R, yang merupakan singkatan dari Stimulus-Response. Teori ini, yang berasal dari ilmu psikologi behavioris, menyatakan bahwa perilaku manusia dapat dijelaskan sebagai respons langsung terhadap rangsangan eksternal yaitu stimulus (Mulyana, 2013:143). Dalam konteks komunikasi, teori ini menyarankan bahwa pesan atau informasi (stimulus) yang diterima oleh individu akan memicu respons tertentu tanpa mempertimbangkan proses internal atau mental yang terjadi di antaranya. Fokus utama teori S-R adalah hubungan sebab-akibat yang langsung antara stimulus yang diberikan dan respons yang dihasilkan. Pendekatan ini menekankan pentingnya rangsangan eksternal dalam mempengaruhi perilaku individu, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana konten dari akun @Idextratime sebagai stimulus dapat mempengaruhi fanatisme dan agresi verbal para penggemar Manchester United. Ini mencakup respons individu terhadap stimulus yang diterima melalui platform media sosial Twitter/X. Respons tersebut tidak hanya menjadi dorongan atau acuan, tetapi juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi fanatisme para pendukung Manchester United setelah membaca tweet yang merendahkan klub tersebut dari akun @idextratime. Terkait hal ini, oleh sebab itu temuan ini dibuat untuk mencari tahu pengaruh tindakan agresi verbal di media sosial X (Twitter) akun @idextratime terhadap fanatisme *Fans* Manchester United atas hinaan klub kebanggan nya. Sehingga judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Media Sosial Akun X @Idextratime Dan Agresi Verbal Terhadap Fanatisme Fans Klub Sepakbola Manchester United”**

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti membuat pertanyaan penelitian berikut berdasarkan konteks dan fokus penelitian:

1. Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?
2. Seberapa besar pengaruh agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?
3. Seberapa besar pengaruh media sosial dan agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime?

1.3 Tujuan Penelitian

Berpacu pada rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, diantara lain :

1. Pengaruh media sosial terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime
2. Pengaruh agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime
3. Pengaruh media sosial dan agresi verbal terhadap fanatisme para pendukung Manchester United pada akun @idextratime

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Harapannya kajian ini dapat meningkatkan pemahaman literasi digital, khususnya tentang agresi verbal di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berguna, terutama bagi peneliti di masa mendatang yang akan melakukan penelitian serupa. Temaun kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi yang berguna untuk pengembangan pengetahuan dalam bidang tersebut.

1.4.2 Aspek Praktis

- 1) Memberikan kontribusi bagi akun @idextratime yang berupa pemikiran dalam pemberian informasi yang baik dan benar.
- 2) Penelitian ini berfungsi sebagai wadah latihan dalam berpikir secara ilmiah, membantu pengembangan pengetahuan, dan mencoba melakukan analisis

data untuk mengatasi masalah yang terkait dengan respons sikap pengguna X terhadap konten yang dihasilkan oleh akun @idextratime. Selain itu, penelitian ini harus diformulasikan sebagai skripsi untuk memperoleh gelar sarjana dari Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom.

3) Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi kepada pengguna media sosial Twitter/X serta masyarakat yang ingin mempelajari dan mengetahui pengaruh tindakan agresi verbal di media sosial akun X @idextratime terhadap fanatisme *Fans* Manchester United

1.5 Tahapan Penelitian Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | Bulan | | | | | |
|----|------------------------------|----------|----------|---------|----------|-------|-------|
| | | November | Desember | Januari | Februari | Maret | April |
| 1 | Pendahuluan penelitian | | | | | | |
| 2 | Seminar Judul | | | | | | |
| 3 | Penyusunan Proposal | | | | | | |
| 4 | Desk Evaluation | | | | | | |
| 5 | Pengumpulan data | | | | | | |
| 6 | Pengelohan dan analisis data | | | | | | |
| 7 | Ujian Skripsi | | | | | | |

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Rangkuman Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sample
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran