

# "BOBOTOH PERSIB" DAN KONSTRUKSI IDENTITAS DI ERA DIGITAL<sup>1</sup>

## "BOBOTOH PERSIB" AND IDENTITY CONSTRUCTION IN THE DIGITAL ERA

Aulia Hadi

Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan  
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia  
aulia.hadi.mulyo@gmail.com

### Abstract

*With more than 5 millions members, Bobotoh Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (Persib) seems to be the greatest football fandom in Indonesia. This paper draws the dynamics of Bobotoh Persib from the 1990s to the 2000s focusing on the identity construction in the digital era. This paper argues that Bobotoh Persib does not only provide opportunity to construct a collective identity rooted to the place (i.e. Bandung), but also ethnicity (i.e. being sundanese). Results show that the digital era provides a greater space for Bobotoh Persib to (re)negotiate who they are. Here, Bobotoh Persib (re)construct a project identity representing the local sundanese, the migrants in Bandung and the Persib fandom in general, who are connected with the global society.*

**Keywords:** Bobotoh Persib, Football, Fandom, Digital, Identity

### Abstrak

Dengan lebih dari 5 juta anggota, Bobotoh Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (Persib) tampaknya menjadi pendukung tim sepak bola terbesar di Indonesia. Tulisan ini menggambarkan dinamika Bobotoh Persib dari tahun 1990-an hingga tahun 2000-an dengan berfokus pada konstruksi identitas di era digital. Tulisan ini berargumen bahwa Bobotoh Persib tidak saja memberikan ruang bagi terciptanya sebuah identitas yang mengakar pada tempat (Bandung), tetapi juga etnisitas (kesundaan). Era digital memberikan ruang yang lebih luas bagi Bobotoh Persib untuk menegosiasikan kembali dirinya. Bobotoh Persib di era digital me(re)konstruksi sebuah identitas proyek yang merepresentasikan orang sunda lokal, pendatang di Kota Bandung, maupun pendukung Persib secara umum, yang terhubung dengan masyarakat global.

**Kata kunci:** Bobotoh Persib, Sepak Bola, Pendukung, Digital, Identitas

### Pengantar

Sepak bola, sebagai salah satu olahraga terpopuler di dunia, menyuguhkan pertandingan yang menghibur dan bahkan menumbuhkan euforia bagi para pendukungnya, terlebih para pendukung fanatik. Lebih dari itu, sepak bola juga memberikan ruang bagi para pendukung untuk mendefinisikan siapa dirinya. Sepak bola dan identitas sudah lama menjadi bahan kajian di

tingkat global. Sebagai sebuah olahraga yang dilahirkan di Inggris dan berkembang ke Eropa daratan, berbagai kajian sepak bola hampir selalu dilekatkan dengan identitas dari masyarakat Eropa. Sebagai contoh adalah kumpulan artikel dalam buku *Fanatics! Power, Identity, and Fandom in Football*. Artikel-artikel yang disunting oleh Adam Brown (2000) dan pertama kali diterbitkan pada akhir abad ke-20 tersebut lebih banyak menyuguhkan relasi kekuasaan, rasisme, konstruksi identitas lokal dan nasional, maupun batas-batas dalam dunia sepak bola Eropa, seperti Inggris, Irlandia, Italia, Skotlandia, Portugis, dan juga Skandinavia.

Fenomena sepak bola dan identitas ini salah satunya bisa diamati dari keberadaan *Futbol Club Barcelona (FC Barcelona)* yang sudah dimulai pada awal abad ke-20. *FC Barcelona* bukan hanya mendapatkan simpati

---

<sup>1</sup>Tulisan ini merupakan hasil pengembangan penelitian tematik Media Baru dan Perubahan Masyarakat di Indonesia Pascaorde Baru Tahun 2016 yang didanai oleh Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2KK-LIPI). Penulis berterima kasih kepada Ana Windarsih sebagai peneliti kepala serta seluruh anggota tim yang memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi lebih jauh keterkaitan media baru dengan konstruksi identitas.

dan dukungan dari para borjuis Barcelona yang mendukung Gerakan Kemerdekaan Catalan, melainkan juga menumbuhkan simbol “Catalanisme” yang berhasil memikat massa seiring dengan populernya sepak bola di kalangan kelas pekerja (McFarland, 2007). Berbeda dengan klub-klub pada umumnya yang menegaskan identitas “Spanyol”, Hans Gamper, pendiri *FC Barcelona* yang merupakan keturunan Swiss, justru menciptakan klub dengan identitas “Catalan” yang menyatukan massa dalam jumlah yang lebih besar, lintas etnis, dan lintas kelas (McFarland, 2007).

Kendati membutuhkan waktu yang jauh lebih panjang, keriuhan pendukung sepak bola juga melanda Indonesia pada akhir abad ke-20. Beberapa organisasi sepak bola sudah mulai bermunculan pada zaman Hindia Belanda sekitar tahun 1930-an, seperti *Bandoengsche Indonesische Voetbal Bond* (BIVB) (Bandung), *Soerabajasche Indonesische Voetbal Bond* (SIVB) (Surabaya), *Vorstendlandsche Voetbal Bond* (VVB) (Solo), dan *Hizboel Wathon* (Yogyakarta) yang memiliki andil dalam pembentukan *Indonesische Voetbal Bond* (IVB) atau kini lebih dikenal dengan Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) (Hanifan & Herfiyana, 2014).

Pada tahun 1930-an hingga awal tahun 1990-an, berbagai organisasi sepak bola aktif bertanding antarperserikatan, seperti Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (Persib), Persatuan Sepak Bola Surabaya (Persebaya), dan Persatuan Sepak Bola Indonesia Jakarta (Persija). Selain perserikatan, Indonesia pada tahun 1970-an hingga 1990-an juga menyelenggarakan Liga Sepak Bola Utama (Ligatama) yang merupakan liga sepak bola semiprofesional pertama dengan melibatkan berbagai klub, seperti Arema Malang, Pupuk Kaltim Bontang, dan Pelita Jaya Bandung. Pada tahun 1994, barulah PSSI melebur perserikatan dan ligatama menjadi Liga Indonesia. Seiring dengan Liga Indonesia yang merupakan kompetisi profesional, barulah para pendukung sepak bola melembagakan dukungannya, seperti Bobotoh, Aremania, The Jakmania, dan juga Bonek yang berturut-turut merupakan pendukung Persib, Arema, Persija, dan Persebaya.

Bobotoh Persib tampaknya merupakan salah satu pendukung tim sepak bola terbesar di Indonesia. Selain Bobotoh Persib, komunitas pendukung sepak bola yang juga cukup besar dan hampir selalu memenuhi stadion adalah The

Jakmania, Aremania, dan Bonek (Sufiyanto, 2015; *Rappler.com*, 17 November 2016). Terkait fenomena Bobotoh Persib, Direktur Promosi dan Marketing Persib, Muhammad Farhan, menyatakan bahwa setidaknya terdapat 5,3 juta Bobotoh di seluruh Indonesia sehingga ia optimis untuk melepas saham Persib ke publik (*finance.detik.com*, 13 Maret 2012).

Selain itu, hasil dokumentasi majalah *Tempo* menunjukkan bahwa Bobotoh menciptakan rekor dengan jumlah penonton terbanyak sepanjang sejarah sepak bola Indonesia yang memenuhi Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK) pada final perserikatan 1986 (150 ribu penonton) dan juga pada Liga Indonesia 1995 saat berhadapan dengan Petrokimia (120 ribu penonton) (*soccer.sindonews.com*, 2 Desember 2012). Dalam final Indonesia Super League (ISL) 2014 tatkala Persib meraih kemenangan melawan Persatuan Sepak Bola Indonesia Jayapura (Persipura) di Stadion Jakabaring Palembang, jumlah bobotoh setidaknya mencapai 6 ribu penonton (*m.tempo.co*, 6 November 2014). Di era digital saat ini, Bobotoh tidak saja berada di Bandung-Jawa Barat dan Indonesia secara umum, tetapi juga tersebar di berbagai belahan dunia, seperti Jepang, Kanada, Amerika Serikat, dan Denmark (*regional.kompas.com*, 16 November 2014).

Sebutan Bobotoh berasal dari bahasa Sunda yang secara umum berarti pendukung. Namun, sebutan tersebut hanya melekat pada “Bobotoh Persib”. Artinya, penggunaan sebutan “Bobotoh” hanya diidentikkan sebagai pendukung fanatik Persib. Kehadiran Bobotoh ini bahkan sangat populer dengan slogannya “Persib *nu aing*” yang berarti “Persib adalah milikku”. Bobotoh jelas selalu “membirukan” stadion ketika Persib berlaga. Lebih dari itu, Bobotoh juga memiliki kesadaran yang cukup tinggi di era digital ini. Hal ini setidaknya terlihat dalam situs [www.thetoptens.com](http://www.thetoptens.com). Keriuhan terjadi tatkala Persib Bandung dinyatakan sebagai klub sepak bola terbaik pertama tahun 2015 (<http://www.thetoptens.com/2015-football-soccer-clubs/>). Dengan hasil tersebut, pengelola [www.thetoptens.com](http://www.thetoptens.com) pun harus memberikan informasi tentang siapa Persib sebagai berikut.

..., even though it is not a list of Favourite Football Clubs, Clubs with the Best Supporters, or Most Popular Clubs and is instead a list of Best Football Clubs, **Persib fans are voting with their hearts and not their heads.** No rational and reasonably

*educated person could really think that Persib could hold their own on the international stage. But Persib still keeps getting votes.*

*And why is it getting so many votes? Because it appears that Persib fans are fanatical about their social networking.”* (<http://www.thetoptens.com/best-football-soccer-club/5374.asp>, cetakan tebal ditambahkan oleh penulis).

Hasil yang hampir sama juga dilansir oleh *Football Channel Asia* yang menyebutkan bahwa Persib memperoleh 6,44 juta *likes* dalam *Facebook* (<http://footballchannel.asia/2015/09/14/post6771/6/>). Dengan perolehan tersebut, Persib menjadi klub sepak bola Asia Tenggara terpopuler di *Facebook*.

Tidak hanya berpartisipasi dengan memberikan “suaranya” (*vote* maupun *voice*), Bobotoh Persib juga mengekspresikan berbagai identitas “kesundaannya” di ruang digital. Kendati berasal dari foto bagian punggung kaos, pernyataan berikut ini “*Uyut Aink; Aki Aink; Bapa Aink; Tepi Ka Aink; Tetep Ngadukung Persib*” yang berarti “Kakek buyut, kakek, ayah, hingga saya, tetap mendukung Persib” tersebar luas melalui media sosial *Instagram* (Lihat Gambar 1). Pernyataan tersebut tidak saja menyiratkan dukungan fanatik terhadap Persib, tetapi juga pewarisan semangat dan dukungan orang sunda terhadap Persib yang sudah berlangsung turun temurun setidaknya dalam tiga generasi yang bisa dihitung mulai dari terbentuknya Persib (tahun 1930-an),



**Gambar 1** Bahasa Sunda dalam sebuah bagian Punggung Kaos persib\_on\_instagram  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/BD172lli1WA/>

pelembagaan dukungan terhadap Persib (tahun 1990-an), hingga lahirnya generasi Bobotoh digital (tahun 2000-an). Contoh lain pun bisa dijumpai dalam laman penggemar *Facebook* “*Persib Aink Pisan*” (Persib itu saya sekali) yang menggunakan meme doraemon berbaju biru dengan logo Persib serta kata-kata “*Bobotoh*” dan “*aink*” (saya) untuk menggambarkan Bobotoh dari Jepang (Lihat Gambar 2). Selain itu, dalam situs [www.toptens.com](http://www.toptens.com) juga bisa dijumpai berbagai komentar dari para Bobotoh yang juga menekankan “kesundaannya” dengan menggunakan bahasa Sunda seperti pernyataan berikut.

*I am proud to be Bobotoh, because PERSIB is the best and largest team in Indonesia. Bobotoh is fanatic supporter is proof of our love of PERSIB BANDUNG. We have an obligation to maintain dignity of “Maung Bandung”*

**“PERSIB SALAWASNA”**

*I love PERSIB - I will stand behind you*

(<http://www.thetoptens.com/biggest-football-supporters-indonesia/persib-bandung-269256.asp>, cetakan tebal ditambahkan oleh penulis).

Dalam komentar di atas, dapat dilihat cara Bobotoh merepresentasikan dirinya dalam ruang digital global dengan menggunakan kombinasi bahasa Inggris sebagai bahasa internasional dan tentunya bahasa Sunda sebagai bahasa ibunya. *Persib salawasna* berarti Persib selamanya.



**Gambar 2** Meme Doraemon sebagai Bobotoh Jepang Achil Slanker dalam *Facebook Fanpage PERSIB “AINK” PISAN*

Sumber: <https://www.Facebook.com/photo.php?fbid=261862527538894&set=gm.615573828621480&type=3&theater>

Pertanyaannya, bagaimana Bobotoh me(re)konstruksi identitas “kesundaannya” di era digital sekarang ini? Seperti dikemukakan oleh Castells (2010: 7), sangat mudah untuk menyutujui bahwa semua identitas adalah hasil konstruksi. Namun, ia menggarisbawahi bahwa isu utamanya adalah bagaimana (*how*), dari apa (*from what*), oleh siapa (*by whom*), dan untuk apa (*for what*) identitas dikonstruksi. Tulisan ini berupaya untuk menggambarkan dialektika identitas “kesundaan” Bobotoh di era digital. Penulis memiliki proposisi bahwa Bobotoh Persib memberikan ruang bagi (re)konstruksi identitas “kesundaan” di era digital saat ini. Tulisan ini disusun berdasarkan hasil analisis isi ekspresi Bobotoh di era digital serta penelitian lapangan di Bandung pada akhir April hingga awal Mei 2016. Penelitian tersebut memungkinkan penulis untuk melakukan observasi pertandingan Persib serta wawancara maupun diskusi kelompok terfokus dengan para Bobotoh.

### **Sepak Bola, Identitas dan Teknologi dalam Kajian**

Sepak bola memiliki peran yang kuat dalam reproduksi identitas kultural maupun politik. Bale (dalam Shobe, 2008) yang memulai eksplorasi hubungan antara sepak bola, stadion, dan identitas menegaskan bahwa olahraga dalam bentuk modern, khususnya sepak bola, menyediakan apa yang disebut dengan identifikasi kolektif di Inggris modern dan di banyak belahan dunia lain. Hal ini tidak terlepas dari konsep “*imagined communities*” yang dikemukakan oleh Ben Anderson (1983). Seperti dikutip Shobe (2008: 330), “*imagined community is a group of people who self-identify as a common people, even though most members of the group will never meet*”. Sepak bola memberikan ruang terwujudnya gagasan “*imagined community*”. Keberadaan sebelas pemain yang mewakili sebuah bangsa dalam sebuah pertandingan melawan bangsa lain tentu memudahkan kita untuk membayangkan sebuah bangsa dan menegaskan identitas nasional (Duke & Crolley dalam Shobe, 2008).

Identifikasi kolektif harus terus menerus dibangun dalam klub pendukung sepak bola. Titik pentingnya adalah bagaimana seluruh anggota klub pendukung merasa sebuah tim sepak bola sebagai “miliknya”. Dalam tahap inilah “*invented traditions*” dari Eric Hobsbawm

(1983) diperlukan untuk menumbuhkan ikatan (*bonds*) antara anggota klub pendukung dan tim sepak bola yang didukung. Seperti disebutkan oleh McFarland (2007), sebuah tim sepak bola secara sadar membangun identitas dan memperkenalkan warna-warna, bendera-bendera, dan berbagai simbol, termasuk pemilihan bahasa, untuk memposisikan dirinya dalam komunitas.

Tidak kalah pentingnya adalah stadion. Keberadaan stadion memang sengaja dibangun dengan perbedaan tempat duduk untuk memisahkan kelas, namun semua orang tetap dimungkinkan untuk hadir (McFarland, 2007). McFarland (2007) menggarisbawahi bahwa ketersediaan tiket murah berarti meningkatnya kemungkinan kelas pekerja untuk menghadiri pertandingan di stadion dan sekaligus ikut serta dalam identitas yang sedang dibangun. Pada dasarnya, stadion merupakan ruang yang memfasilitasi identifikasi kolektif melalui kesempatan untuk berbagi pengalaman di antara para anggota klub pendukung sebuah tim sepak bola (Shobe, 2008). Lebih dari itu, klub pendukung selalu mempromosikan persatuan dengan menyelenggarakan berbagai aktivitas mulai dari (a) Perayaan kemenangan, (b) Bepergian bersama ke pertandingan, (c) Produksi barang dagangan yang menguatkan citra, hingga (e) Persaingan dengan tim lain (McFarland, 2007).

Keberadaan klub pendukung menjadi kekuatan utama dari perkembangan sebuah tim sepak bola. Klub pendukung bahkan dapat diibaratkan sebagai urat nadi dari sebuah tim sepak bola. Seperti dikemukakan oleh McFarland (2007), penciptaan klub pendukung menjadi syarat mutlak bagi transformasi sepak bola menjadi aktivitas massa, terlebih sebagai sebuah olahraga yang identik dengan kelas pekerja. Tanpa pembentukan klub pendukung, sebuah tim sepak bola mustahil dapat menarik massa ke lapangan dan bahkan meminta mereka untuk mengeluarkan uang hanya untuk menikmati pertandingan tanpa adanya kemungkinan bermain sendiri. Oleh karena itu, keberadaan klub pendukung tentu memberikan dukungan yang besar bagi perkembangan sebuah tim sepak bola, khususnya dalam hal “menarik massa”.

Selain itu, klub pendukung sepak bola juga bisa dikatakan sebagai ruang untuk mengekspresikan identifikasi kolektif dengan “tempat”, baik dalam pemaknaan lokal,

nasional, dan bahkan global. Oleh karena itu, Pratt dan Salter (dalam Shobe, 2008) mempercayai bahwa klub pendukung lebih mengutamakan 'nama kota atau kampung halaman' daripada tim yang sesungguhnya bermain. Shobe (2008) menegaskan bahwa pendukung lokal mengkonstruksi tim sepak bola yang didukung sebagai sebuah perpanjangan (*extension*) atau pengejawantahan (*embodiment*) dari orang-orang dan (atau) tempat. Selain "tempat", "etnisitas" dan "ras" juga direproduksi untuk menghubungkan olahraga dan identitas, khususnya identitas nasional (Shobe, 2008).

Jika keberadaan klub sepak bola sekaligus klub pendukung memiliki kontribusi besar dalam proses pembentukan identitas, maka pertanyaannya untuk apa identitas tersebut dikonstruksi. Jawabannya sepertinya tidak dapat dilepaskan dari tiga bentuk utama identitas kolektif yang dikemukakan oleh Castells (2010). Ketiganya adalah (a) *Legitimizing identities* yang umumnya diciptakan oleh institusi yang dominan dalam sebuah masyarakat, khususnya rezim politik yang berkuasa dan para pengikutnya, untuk memperpanjang dan merasionalisasi kekuasaan mereka, (b) *Resistance identities* dihasilkan oleh orang-orang yang terpinggirkan atau bahkan terstigmatisasi oleh logika dominasi yang sedang berlangsung, serta (c) *Project identities* yang melampaui perlawanan (*resistance*) untuk mencoba secara aktif mendefinisikan kembali posisi mereka di masyarakat yang berarti mengubah relasi kekuasaan dalam struktur sosial yang ada.

Keragaman bentuk identitas kolektif tersebut setidaknya tergambar dalam dunia sepak bola Spanyol yang ditulis oleh Shobe (2008). *Resistance identity* terlihat dalam perlawanan *FC Barcelona* dalam menghadapi rezim Jenderal Miguel Primo de Rivera (1923). Rezim ini menggaungkan "Spanyol" sebagai satu-satunya identitas dan melakukan penganiayaan simbol Catalan yang paling fundamental, termasuk pelarangan bendera, bahasa, dan pendidikan. Pada masa inilah *FC Barcelona* digunakan sebagai simbol perlawanan. Pada sebuah pertandingan kandang tahun 1925, *Barcelonista* bahkan membuat "siulan publik" sebagai bentuk protes saat lagu kebangsaan Spanyol diperdengarkan sebelum pertandingan. *FC Barcelona* menjadi "kendaraan" gerakan Catalan, termasuk pentingnya penggunaan bahasa dan bendera sebagai simbol kolektif.

Melampaui perlawanan, *project identities* diperlihatkan melalui fenomena tim sepak bola nasional Catalan. Tim yang tidak diakui oleh *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) tersebut, melakukan setidaknya dua pertandingan persahabatan di stadion *FC Barcelona* pada tahun 1934 untuk melawan tim yang diakui oleh FIFA, yaitu tim nasional Brazil yang sudah lima kali menjadi juara dunia. Pertandingan dimaksudkan sebagai konkretisasi ide "bangsa Catalan". Dalam konteks tersebut, penggagas ide "bangsa Catalan" mencoba untuk mendefinisikan kembali posisinya di tengah struktur sosial yang ada.

Sementara itu, *legitimizing identity* dapat diamati pada masa kepemimpinan Franco (1931). Ia mencoba untuk menciptakan identitas Spanyol yang tunggal yang dipusatkan dalam bahasa Castilian. Ia pun melarang penggunaan bendera Catalan dan memodifikasi seragam *FC Barcelona* dengan gambar dua garis merah berlatar kuning sebagai bendera dari negara Spanyol yang baru. Menteri olahraga bahkan ditunjuk secara eksklusif oleh Franco. Pada masa ini, *FC Barcelona* kehilangan ikatan dengan identitas Catalonia melalui berbagai kediktatoran yang bahkan memaksa mereka untuk melakukan penghormatan fasis sebelum pertandingan. Rezim ini melihat sepak bola sebagai alat untuk "menenangkan dan mengalihkan massa yang kecanduan". Dukungan terhadap tim sepak bola nasional bahkan sengaja diberikan sebagai "kendaraan" Franco untuk menyokong identitas dan nasionalisme Spanyol.

Uraian di atas pada dasarnya menggambarkan pergeseran dalam studi identitas. Seperti disampaikan oleh Cerulo (1997), studi identitas berpindah pada identitas kolektif alih-alih identitas individual sebagai konsekuensi dari berbagai gerakan sosial maupun politik selama tiga dekade terakhir yang berfokus pada kelompok sebagai agennya. Ia juga menyebutkan bahwa studi identitas tidak hanya berhenti pada proses pembentukan, tetapi juga cara pembedaan yang terus menerus diciptakan, dipertahankan, dan diubah. Tak kalah pentingnya, ia menggarisbawahi bagaimana teknologi komunikasi baru telah membebaskan interaksi dari persyaratan kehadiran fisik. Kondisi ini memudahkan terbentuknya 'komunitas dalam pikiran' (*communities of the mind*). Kehadiran teknologi komunikasi baru ini pada dasarnya mbingkai kembali apa yang disebut dengan yang lain (*generalized others*) dan juga tempat

yang lain (*generalized elsewhere*). Altheide (dalam Cerulo, 1997) berargumen bahwa teknologi komunikasi baru memungkinkan format komunikasi yang baru, termasuk cara baru dalam menyeleksi, mengorganisasi, dan menyajikan informasi, yang secara keseluruhan menciptakan lingkungan baru untuk proses identifikasi. Pertanyaannya kemudian, bagaimana teknologi komunikasi baru digunakan dalam proses identifikasi kolektif dan bagaimana dialektikanya dengan ruang nyata (luar jaringan (*luring*)/ *offline*) yang sudah ada sebelumnya. Hal ini dipaparkan pada dua subbagian berikutnya dengan berfokus pada “Bobotoh Persib” sebagai studi kasusnya.

### “Bobotoh Persib”: Siapa dan Bagaimana?

Siapa sebenarnya Bobotoh? Seperti dikemukakan sebelumnya, secara umum “Bobotoh” merupakan kata dalam bahasa Sunda yang setara dengan kata “*supporter*” dalam bahasa Inggris atau kata “pendukung” dalam bahasa Indonesia. Merujuk pada kamus Sunda-Indonesia karya R. Satjadibrata (2011) yang sebenarnya pertama kali diterbitkan pada tahun 1950-an, kata Bobotoh sebenarnya memiliki makna yang luas. Dalam kamus tersebut, disebutkan bahwa makna Bobotoh adalah “orang yang menghidupkan semangat kepada orang yang hendak berkelahi (atau binatang yang hendak diadu), supporter” (hlm. 57).

Satjadibrata sebelumnya bahkan membedakan makna kata Bobotoh sebagai kata benda dan kata kerja (Wisata Bandung, 2014). Sebagai kata benda, Bobotoh berarti *purah ngagedéan haté atawa ngahudang sumanget ka nu rék atawa keur ngadu jajatéan* yang dalam bahasa Indonesia berarti “pihak yang berperan membesarkan hati atau membangun semangat bagi mereka yang akan atau sedang berlomba atau bertarung”. Sementara itu, *ngaBobotohan* artinya *ngalampahkeun pagawéan Bobotoh* yang dalam bahasa Indonesia berarti “melakukan pekerjaan Bobotoh” (Wisata Bandung, 2014) atau *ngagedéan haté nu rék atawa keur diadu* yang berarti “membesarkan hati mereka yang beradu” (Sasireun Sabeunyeureun Pikeun Sunda, 2013). Dengan demikian, Bobotoh sebenarnya bisa digunakan untuk para pendukung dari beragam olahraga yang dipertandingkan. Lantas, bagaimana label “Bobotoh” ini sangat melekat dengan sepak bola, khususnya Persib?

Keidentikan Bobotoh dengan sepak bola tampaknya tidak bisa dilepaskan dari sejarah pendirian Persib. Dua argumen setidaknya mendasari hal tersebut. *Pertama*, sepak bola menjadi olahraga rakyat yang paling populer di Indonesia, termasuk Jawa Barat dengan Bandung sebagai pusatnya. Berbeda dengan kemunculan sepak bola di negara-negara Barat yang awalnya didominasi oleh kelas elit, sepak bola menjadi olahraga yang hampir selalu dimainkan oleh rakyat Indonesia, baik kelas elit maupun kelas pekerja di perdesaan maupun perkotaan. Sepak bola bahkan menjadi salah satu “alat perjuangan” rakyat Indonesia secara umum untuk melawan dominasi pemerintah kolonial Belanda, termasuk dalam prestasi sepak bolanya. Dalam konteks Bandung, atau bahkan Jawa Barat secara lebih luas, kata Bobotoh pun lebih dilekatkan pada sepak bola alih-alih olahraga lain karena popularitasnya yang sangat tinggi di hati masyarakat.

*Kedua*, Persib merupakan klub sepak bola yang paling merasuk di benak masyarakat Bandung. Dipelopori oleh *Bandoengsche Indonesische Voetbal Bond* (BIVB) yang dalam perkembangannya semakin meredup, di Bandung pun muncul dua perkumpulan sepak bola, yaitu Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (PSIB) dan *National Voetball Bond* (NVB). Kedua perkumpulan tersebut kemudian melebur menjadi Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung (Persib) pada 14 Maret 1933 dengan Anwar St. Pamoentjak sebagai ketua pertamanya (Kristanto, 2016). Dari berbagai sumber di lapangan, diketahui bahwa Anwar merupakan keturunan Minang dan membangun Persib bersama tokoh-tokoh sunda yang ada di Bandung.

Pada awal pembentukannya, Persib sempat diremehkan dan dianggap perkumpulan kelas dua di bawah *Voetbal Bond Bandung & Omstreken* (VBBO) bentukan Belanda (Kristanto, 2016). Namun, Persib berhasil merebut hati warga dan mengukuhkan posisinya sebagai satu-satunya perkumpulan sepak bola di Bandung ketika klub-klub yang dimotori Belanda, seperti *Uitspanning na Inspanning* (UNI) dan *Sport in de Openlucht is Gezond* (SIDOLIG), bergabung dengan Persib dan bahkan menyerahkan lapangannya, yaitu lapangan UNI, lapangan SIDOLIG (kini Stadion Persib), dan lapangan SPARTA (kini Stadion Siliwangi) pada tahun 1937 (Kristanto, 2016).

Pada tahun yang sama, Persib juga berhasil menjadi juara kompetisi perserikatan mengalahkan Persatuan Sepak Bola Indonesia Solo (Persis) (Erianto, 2016; Hanifan & Herfiyana, 2014; dan Kristanto, 2016). Kemenangan dan kepulangan rombongan Persib pun disambut oleh ribuan Bobotoh dan sejak saat itulah penggemar Persib menamakan diri sebagai Bobotoh (Erianto, 2016). Erianto (2016) bahkan menambahkan bahwa puncak euforia Bobotoh terjadi pada dekade 1980-an yang selalu memadati Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK) untuk mendukung Persib secara langsung. Antusiasme warga Bandung dan Jawa Barat terhadap sepak bola, khususnya Persib itulah yang menjadikan Bobotoh erat dengan Persib.

Dalam perkembangannya, Bobotoh mulai melembagakan dukungannya dalam komunitas-komunitas sejak dekade 1990-an. Menapaki Bandung masa kini, berbagai komunitas Bobotoh bisa dijumpai di stadion tatkala Persib bertanding, seperti FCC, BF33, The Bombs, Bomber, dan Viking. Pertanyaannya, siapakah mereka? Mengapa muncul beragam komunitas Bobotoh tersebut?

Flower City Casual menjadi kepanjangan dari FCC. Komunitas ini didirikan oleh anak muda Bandung pada tahun 2005. Seperti dikemukakan oleh Kiki sebagai salah satu petinggi FCC dalam laman *fanpage* FCC di *Facebook*, FCC berarti Casual dari Bandung yang juga dikenal sebagai Kota Kembang.<sup>2</sup> Menurutny, FCC didirikan karena kesukaan pada Persib dan juga budaya Inggris. Berbeda dengan mayoritas Bobotoh yang “membirukan” stadion, pengikut FCC biasanya bertandang ke stadion dengan mengenakan jaket atau kemeja berwarna hitam, celana olahraga Ellese, dan juga sepatu Adidas atau merk-merk dagang produk

---

<sup>2</sup>“Casual youth culture” muncul pertama kali dalam dunia sepak bola Inggris pada akhir tahun 70-an, khususnya di Merseyside (Redhead, 2009). Pada masa itu, anggota pendukung klub sepak bola disatukan oleh budaya anak muda modern melalui “fashion baru”. Mereka acapkali menggunakan kemeja polo Fred Perry, celana jeans Lee, sepatu Adidas, dan potongan rambut *wedge*. Dengan latar belakang musik eklektik dan hasrat amfetamin, mereka mengubah kotanya menjadi tempat *clubbing* dan pusat gaya. Pada awalnya, budaya ini dimunculkan untuk memudahkan para pendukung datang ke stadion karena pemakaian atribut acapkali menimbulkan konflik antarpengukung.

olahraga tahun 80-an. Hal lain, mereka menyuarakan dukungannya dalam bahasa Inggris dengan berteriak lantang “*We love you Persib. We do*” alih-alih bernyanyi seperti kebanyakan Bobotoh (Hamkamijaya, 2012). Berbeda dengan klub Bobotoh lainnya, FCC tidak memiliki struktur organisasi maupun keanggotaan formal. Kelonggaran ini yang tampaknya membuat komunitas ini tidak bisa bertahan lama dan membubarkan diri pada tahun 2012. Di dunia digital, ada juga yang menyebut FCC sebagai Hooligan Eropa Tanah Sunda (Dilight, Tanpa Tahun).

Jika FCC menekankan gaya “Inggris”, maka BF33 mengedepankan gaya “Italia”.<sup>3</sup> BF 33 merupakan singkatan dari Bobotoh Famiglia 33 (Perkasa, 2015). Seperti dikemukakan oleh Perkasa (2015), komunitas yang didirikan pada 24 Mei 2013 ini, menekankan penggunaan “gaya ultras” dan juga “famiglia” yang berarti menganggap semua Bobotoh bersaudara. Mereka umumnya datang ke stadion dengan kaos, sweter (*sweater*), maupun tudung (*hoodie*) serba hitam. Seperti dikemukakan oleh Ilham IRR sebagai salah satu petinggi BF33, komunitasnya tetap mengusung jati diri Pasundan dengan kerap berbincang dalam bahasa Sunda (Perkasa, 2015). Menurutny, hal itu menunjukkan bahwa Bobotoh bisa bersaing dengan gaya luar dengan tidak meninggalkan akar budaya sendiri. Dengan slogan “*No Leader Just Together*”, komunitas ini juga tidak memiliki struktur organisasi dengan mengedepankan arahan dari para pendiri, pembina, maupun anggota lama.

Seperti disampaikan oleh para pengikutnya, The Bomb’s merupakan singkatan dari The Bobotoh Maung Bandung Sejati (Hasil wawancara peneliti dengan para pengikut the Bombs di Stadion Jalak Harupat, Bandung pada 30 April 2016). Anggota dari komunitas ini

---

<sup>3</sup>Pada tahun 1960-an “Ultra” mulai berkembang sebagai sebuah gerakan di Italia yang memberikan kesetiannya pada sepak bola (Guschwan, 2013). Berikutnya, muncul “UltraS” yang bersifat radikal dan tertutup dan merupakan perlawanan terhadap negara Italia yang dianggap lemah dan disfungsi. “UltraS” menjadi penegasan kembali maskulinitas di saat konteks sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mengancam peran tradisional orang Italia. Mereka umumnya mengenakan kemeja polo, topi, dan syal yang berwarna gelap dan berorientasi olahraga (Pilz & Wölki-Schumacher, 2010).

umumnya adalah kelas pekerja, termasuk anak-anaknya, dan mereka memberikan keleluasaan bukan hanya untuk mendukung Persib, melainkan juga untuk membentuk kegiatan sepak bola, futsal, maupun grup band. Komunitas yang baru didirikan pada 21 November 2011 ini, kini di bawah kepemimpinan Nevi Effendi dengan jumlah anggota mencapai 12.000 orang (Triastopo, 2015). Dengan jumlah anggota tersebut, the Bombs berubah menjadi yayasan sejak 15 Desember 2014 (Bahri, 2015). Tujuan dari pembentukan yayasan tersebut adalah untuk membawa komunitas pendukung ini menjadi lebih terkontrol dan mampu menjalankan roda organisasi dengan baik dan terhindar dari perilaku negatif. Sejalan dengan hal tersebut, the Bomb's menggandeng Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) sebagai sponsornya. Melalui kerja sama tersebut, setiap anggota memiliki kartu anggota dalam bentuk kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tidak saja mengajarkan the Bombs untuk menabung, tetapi juga memberi kemudahan dalam pembelian tiket pertandingan. Selain itu, setiap koordinator daerah (korda) maupun koordinator wilayah (korwil) diwajibkan untuk membentuk usaha penjualan kenang-kenangan (*merchandise*).

Sementara itu, Bomber dan Viking merupakan dua komunitas Bobotoh yang sudah cukup matang yang sudah dirintis sejak tahun 1990-an. Mulai dibicarakan pada tahun 1997-1998, Bomber dideklarasikan pada 3 Agustus 2001 (Hasil Wawancara dengan Agus Setia, Ketua Harian II Bomber, di Markas Bomber Madesa pada 2 Mei 2016). Bomber merupakan singkatan dari Bobotoh Maung Bandung Bersatu. Komunitas ini dikomandani oleh Asep Abdul (2001-sekarang). Keberadaan komunitas ini dimaksudkan untuk memfasilitasi anggota dalam pemerolehan tiket pertandingan. Setelah sempat mengalami kekosongan pada tahun 2004-2005, sejak tahun 2005 Bomber mewajibkan calon anggota untuk membeli kaos Bomber seharga Rp.90.000 dan memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA) yang digunakan untuk membeli tiket pertandingan dengan harga anggota. Kini, anggota Bomber mencapai kisaran 67.000. Mereka selalu “membirukan” stadion dengan

kaos, topi, maupun syal berwarna biru yang berlogo Bomber. Mulai 2010, mereka pun memperkenalkan *sampurasun* sebagai kata pendahuluan dalam setiap pernyataan, yang merupakan singkatan dari *sampurna jati ning ingsun* atau berarti kesempurnaan jati diri. Melalui slogan tersebut, Bomber mengajak anggotanya, khususnya anak muda, untuk kembali menggali budaya sunda dan lebih menekankan sifat pemaaf (*sampurasun*) dalam mendukung Persib.

Viking menjadi komunitas Bobotoh yang paling tua dengan anggota terbanyak. Komunitas yang didirikan pada 17 Juli 1993 ini menggunakan nama Viking karena terinspirasi dengan suku bangsa Viking di Skandinavia yang gemar menjelajah (Yadi, 2012). Lebih lanjut, Yana Mulyana, dirigen Viking, mengemukakan bahwa nama itu sesuai dengan kebiasaan mereka yang menyukai tur tandang Persib. Beberapa pencetus Viking adalah Ayi Beutik, Heru Joko, Dodi “Pesa” Rokhdian, Hendra Bule, dan Aris Primat. Sejak dibentuk, Viking berada di bawah Ayi Beutik sebagai Panglima dan Heru Joko sebagai Ketua Umum. Sejak Ayi Beutik wafat pada 9 Agustus 2014, tidak ada yang dapat menggantikan posisinya. Untuk menjadi anggota Viking, calon anggota biasanya diminta untuk membeli kaos di salah satu *fan shop* seharga Rp.100.000 yang kemudian memperoleh KTA untuk mendapatkan berbagai fasilitas keanggotaan, termasuk pembelian tiket dengan harga anggota. Saat ini, anggota Viking mencapai lebih dari 200.000 yang tersebar di Jawa Barat maupun di luar Jawa Barat, termasuk yang di luar negeri, seperti Jepang, Taiwan, Korea Selatan, Mesir, dan Uni Emirat Arab (Hasil Wawancara dengan Yana Mulyana di Viking *Fan Shop* Stadion Sidelig pada 27 April 2016). Menurut Yana Mulyana, di Jawa Barat sendiri anggota Viking mencapai lebih dari setengah jumlah tersebut. Seperti halnya Bomber, Viking selalu “membirukan” stadion dengan berbagai atribut warna biru dengan logo Viking. Selain itu, Viking selalu menjadi pusat perhatian di stadion dengan keriuhan nyanyian dan koreografinya yang dikomandani oleh Yana Mulyana atau lebih akrab disebut Mang Yana Bool.



**Gambar 3.** Logo Bomber

Sumber: <http://www.maungtempur.com/bomber-Bobotoh-maung-bandung-bersatu/bomber/>



**Gambar 4.** Logo Viking

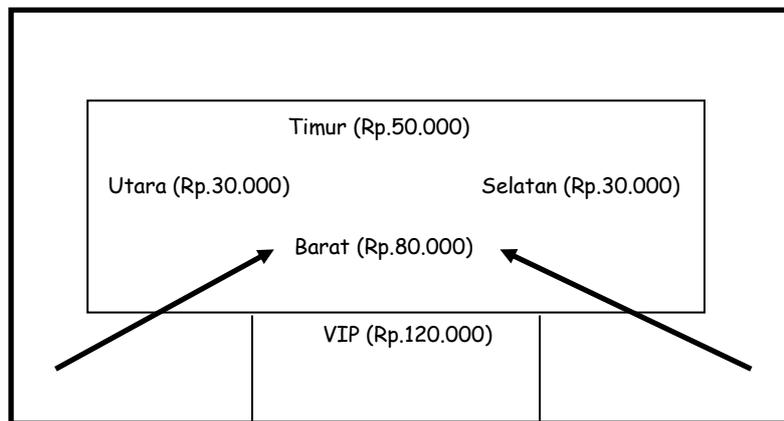
Sumber: <http://www.bandungaktual.com/2015/04/datar-slogan-viking-persib-bandung.html>

Setiap komunitas memiliki cara sendiri untuk mengekspresikan dirinya di dunia nyata (luar jaringan (luring)), khususnya di stadion, seperti yang telah dikemukakan di atas. Tidak hanya itu, keragaman tersebut sebenarnya juga memperlihatkan kelas sosial sebagaimana yang terlihat di stadion tatkala Persib bertanding. Posisi tribun menunjukkan komunitas, militansi, sekaligus kelas sosial seperti dipaparkan berikut ini (Hasil Wawancara dengan beberapa Bobotoh yang ditemui, yaitu Mahardhika dan Chandra Maulana (di Bandung Indah Plaza pada 21 April 2016), Yudi (di Football Plus Arena Lembang pada 21 April 2016), dan Wachyudi “Derek” (di Los Tjihapit pada 26 April 2016)).

Tribun Utara dan Selatan menjadi area dengan harga tiket terendah, yaitu Rp.30.000. Tribun ini biasanya diisi oleh Bobotoh yang paling militan. Di Tribun Utara, kita bisa melihat Bobotoh yang tidur, mabuk-mabukan, buka baju, atau menyalakan *flare*. Tribun Utara ini bahkan dilabeli sebagai “area anarkis”. Tribun Utara ini biasanya diisi oleh Bobotoh Viking yang berasal dari Bekasi, Bogor, Garut, Cirebon, atau daerah lain di Jawa Barat. FCC dahulu pun biasanya memadati Tribun Utara. BF33 pun berada di tribun tersebut. Sementara itu, Tribun Selatan dengan harga yang sama, umumnya diisi oleh para pendukung Bomber.

Tribun Timur umumnya diisi oleh kelas menengah. Harga tiket di Tribun Timur adalah Rp.50.000. Tribun ini biasanya diduduki oleh anak-anak sekolah, khususnya siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sedang kuliah. Penonton di tribun ini biasanya paling ramai dan paling bergaya. Tribun ini juga selalu dipadati oleh Viking yang akan menari, menyanyi, maupun bersorak sorai dengan dipimpin oleh Mang Yana Bool sebagai dirigennya. Selain Viking, tribun ini juga diisi oleh the Bomb’s.

Tribun Barat umumnya didatangi oleh orang-orang yang memang ingin menikmati bola. Tribun ini biasanya diisi oleh kelas menengah atas yang dianggap lebih tenang dan santun. Tribun ini seperti terlihat pada gambar 5 dibagi menjadi dua area, yaitu area *Very Important Person (VIP)* yang berada tepat di tengah Tribun Barat dan diapit oleh area menengah di bagian kanan dan kirinya. Area menengah dihargai Rp.80.000, sedangkan area VIP dihargai Rp.120.000. Di area ini, para orang tua biasanya suka mengajak putra putrinya sebagai bentuk warisan yang sudah terjadi turun temurun sejak generasi kakek buyutnya. Harga tiket yang terdapat pada gambar 5 adalah harga yang diberlakukan untuk anggota-anggota komunitas yang memiliki KTA. Untuk penonton umum, harga tiket biasanya ditambah Rp.5.000.



**Gambar 5.** Desain Stadion dan Kelas Sosial

Sumber: Diolah oleh penulis dari hasil wawancara dan observasi pertandingan Persib (30 April 2016)

Selain itu, Bobotoh Persib pun memiliki “musuh bebuyutan”, yaitu The Jakmania yang merupakan pendukung Persija. Pada tahun 2014 misalnya, setidaknya terdapat dua tragedi yang menunjukkan permusuhan Bobotoh Persib dengan The Jakmania. Pada 27 Mei 2014, tiga Bobotoh Persib, yaitu Lazuardi, Dani Maulana, dan Rangga Cipta wafat dikeroyok massa se usai pertandingan Persib dan Persija di SUGBK (*bolaliputan6.com*, 9 Agustus 2014). Di tahun yang sama, bus Bobotoh Persib pun dilempari batu saat melintasi Jakarta menuju Bandung usai pertandingan kemenangan Persib dalam Liga Indonesia di Stadion Jakabaring, Palembang (Altruism, 2014).

Dalam kaitannya dengan konstruksi identitas, setidaknya tiga hal dapat digarisbawahi dari uraian bagian ini. *Pertama*, komunitas Bobotoh bukanlah komunitas homogen. Seiring dengan berjalannya waktu, berbagai komunitas Bobotoh mulai bermunculan, seperti FCC (2005), BF33 (2013), the Bombs (2011), Bomber (2001), dan Viking (1993). Pemilihan komunitas tampaknya menunjukkan orientasi kesenangan dan juga kepentingan. Jika dua komunitas Bobotoh yang pertama, yaitu FCC dan BF33 lebih bersifat informal, maka tidak demikian halnya dengan the Bombs, Bomber, dan Viking. Ketiga komunitas yang disebut belakangan memilih bentuk komunitas formal yang dimaksudkan untuk memudahkan koordinasi anggota.

Secara kepentingan ekonomi, pemilihan bentuk komunitas formal sebenarnya memudahkan komunitas Bobotoh tersebut untuk memberdayakan anggotanya (melalui usaha penjualan kenang-

kenangan), maupun memudahkan proses kerja sama (melalui klaim jumlah anggota) seperti halnya yang dilakukan oleh the Bombs dengan membentuk usaha penjualan dan kerja sama dengan menggandeng BJBS. Kendati memerlukan penelitian yang lebih mendalam, klaim jumlah anggota Bobotoh kemungkinan juga dapat digunakan dalam “negosiasi dukungan politik”.

*Kedua*, sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Hobsbawm (1983), setiap komunitas Bobotoh memiliki cara masing-masing untuk membangun identitas kolektifnya. Kondisi ini setidaknya terlihat dari cara setiap komunitas untuk merepresentasikan dirinya di stadion yang sangat beragam. Jika the Bomb’s, Bomber, dan Viking lebih suka mendukung Persib dengan “membirukan” stadion, maka tidak demikian halnya dengan FCC dan BF33 yang lebih banyak menggunakan warna gelap atau bahkan hitam. Mengikuti McFarland (2007), pemilihan warna, logo, bendera, maupun simbol lainnya sebenarnya menjadi cara dari setiap komunitas Bobotoh untuk memposisikan diri dalam jaringan komunitas Bobotoh secara luas.

Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa pemilihan identitas kolektif dari para pendukung sepak bola yang merupakan budaya populer ini, juga melibatkan pusran budaya lokal dan global. Pemilihan atribut oleh FCC dan BF33 seperti yang telah dipaparkan, memperlihatkan cara Bobotoh Persib mengadaptasi budaya anak muda kasual ala Inggris maupun ultras di Italia dengan mempertahankan nilai-nilai lokalnya. Tak kalah pentingnya, seperti dikemukakan oleh Shobe (2008), persaingan dengan tim lain, yaitu The Jakmania, membantu Bobotoh Persib untuk

semakin menguatkan identitas dan mentalitas siapa “dirinya” (*us*) (Bobotoh Persib) dan

“mereka” (*them*) (The Jakmania).



**Gambar 6.** Suporter Persib atau Bobotoh di Stadion Jalak Harupat Kabupaten Bandung  
Sumber: [republika.co.id](http://republika.co.id)

*Ketiga*, stadion menjadi salah satu pemersatu yang sangat penting bagi komunitas Bobotoh yang heterogen. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Shobe (2008), stadion memungkinkan seluruh Bobotoh untuk mengidentifikasi diri sebagai pendukung Persib. Pertama-tama, stadion menjadi tempat bertemu maupun berbagi pengalaman dengan Bobotoh lain. Lebih lanjut, stadion menjadi ruang bagi para Bobotoh untuk memberikan dukungannya secara langsung, baik melalui teriakan, nyanyian, hingga tarian. Namun demikian, perlu diingat bahwa stadion dengan pembedaan tempat duduk juga menjadi penanda kelas sosial dari para Bobotoh (McFarland, 2007).

Jika komunitas Bobotoh sudah memiliki ikatan (*bond*) yang kuat di ruang nyata (luar jaringan (*luring*)/ *offline*), lantas bagaimana ikatan mereka di era digital ini? Bagaimana komunitas Bobotoh mengkonstruksi identitasnya di era digital? Adakah kaitannya dengan keberadaan Persib di tanah pasundan? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi bahan diskusi pada bagian berikutnya.

### **Bobotoh Persib di Era Digital: (Re)konstruksi Identitas “Kesundaan”?**

Seperti dikemukakan sebelumnya, Bobotoh Persib adalah komunitas heterogen. Tidak saja beragam dalam pilihan bentuk komunitasnya antara formal dan informal,

komunitas Bobotoh tersebut juga memiliki cara mengekspresikan diri yang berwarna warni yang tentunya berkelindan dengan cara mereka membangun identitas kolektifnya. Pertanyaannya, bagaimana komunitas Bobotoh Persib mengekspresikan diri di era digital sekarang ini? Adakah kelindannya dengan (re)konstruksi identitas “kesundaan” karena Persib yang berada di tanah pasundan?

Setidaknya terdapat dua komunitas Bobotoh yang aktif di era digital saat ini. Keduanya adalah Viking dan BF33. Viking sebagai komunitas Bobotoh tertua sangat aktif dalam penggunaan media barunya. Sebagai komunitas Bobotoh yang paling lama terbentuk dengan anggota terbanyak, Viking ternyata mengalami tantangan tersendiri di era digital ini. Tidak ada akun tunggal di berbagai media baru, termasuk situs maupun media sosial, yang mengatasnamakan diri sebagai representasi Viking. Dalam media sosial *Facebook* misalnya, setidaknya terdapat empat akun *Facebook* yang menggunakan identitas Viking dengan jumlah pengikut antara seribu hingga ratusan ribu. Keempat akun *Facebook* dengan jumlah pengikut terbanyak secara berurutan adalah (a) Viking-Persib (@19.VIKING.PERSIB.33); (b) Viking Persib Fans Club; (c) VIKING AND BOBOTOH PERSIB; serta (d) Viking Persib Club (@vikingpersib93). Dari keempat akun *Facebook* tersebut, hanya satu akun yang sangat

aktif dalam menggunggah informasi maupun menerima umpan balik dari anggota, yaitu Viking-Persib. Di antara empat akun *Facebook* tersebut, juga hanya ada satu akun yang sangat aktif menggunakan *Twitter*, yaitu Viking Persib Club (@officialvpc). Selain empat akun tersebut yang menyatakan sebagai komunitas Bobotoh Viking, ada juga sebuah akun portal berita yang

menggunakan nama Viking, yaitu vikingpersib.co.id yang dikelola oleh Yana Umar, Dirigen Viking Persib Club. Portal berita tersebut juga menggunakan beragam media sosial, termasuk *Facebook* (@vikingpersibcoid), *Twitter* (@vikingpersib\_93), *Google+* (TIVIKING official), dan *Instagram* (vikingpersib\_93) dengan nama yang sama.

**Tabel 1.** Kegiatan Daring Komunitas Bobotoh Persib

No.	Komunitas Bobotoh	Media Digital
1.	Bobotoh Famiglia 33	<i>Facebook</i> (4.918 people like; 4.922 people follow) <i>Twitter</i> (304 likes; 7.684 followers)
2.	Viking Persib	Viking-Persib <i>Facebook</i> (107.559 people like; 107.252 people follow)
		Viking Persib Fans Club <i>Facebook</i> (9.405 people like; 9.395 people follow)
		VIKING AND BOBOTOH PERSIB <i>Facebook</i> (2.709 people like; 2.704 people follow)
		Viking Persib Club <i>Facebook</i> (1.027 people like; 1.030 people follow) <i>Twitter</i> (47 likes; 396.000 followers)

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan data media sosial dari akun Bobotoh Famiglia 33 maupun Viking Persib

Sementara itu, BF33 menegaskan bahwa mereka hanya memiliki dua laman penggemar yang resmi. Pertama adalah *Facebook* (Bobotoh Famiglia 33 atau @BobotohFamigliaX1933). Dalam laman penggemar *Facebook* yang dimilikinya, BF33 menegaskan misinya, yaitu “*Standing together just for Persib!*” (Berdiri bersama-sama hanya untuk Persib). Lebih lanjut, ia juga menggambarkan dirinya sebagai “*Siamo una curva in festa*” (*We are a party in the curve-Perayaan dalam lekukan*) dan “*Sunda sapore Italiano*” (*Sunda with Italian flavor-Sunda rasa Italiano*) dengan slogannya “*Per sempre insieme, passione e mentalita!*” (*Together forever, passion and mentality-Selamanya bersama, semangat, dan mentalitas!*). Kedua adalah *Twitter* (@BobotohFamiglia). Sejalan dengan laman *Facebook*nya, akun *Twitter* BF33 juga menggambarkan dirinya sebagai “*Siamo una curva in festa*”. Namun, penggunaan beberapa slogan dicampurkan dengan bahasa Sunda, seperti “*Sunda sapore Italiano*” dan “*Per sempre insieme, passione e mentalita!*” yang berturut-turut diterjemahkan sebagai “Bobotoh Rasa Italiano” dan “*Salawasna Babarengan, Passione e Mentalita!*”

Perbedaan kegiatan dalam jaringan (daring/online) komunitas Bobotoh Persib seperti terlihat pada Tabel 1 menunjukkan cara masing-masing komunitas Bobotoh menjaga solidaritas anggotanya. Jika komunitas Bobotoh

Viking memiliki beragam akun di media sosial, tidak demikian halnya dengan BF33 yang menyatakan bahwa mereka hanya memiliki satu akun resmi, baik di *Facebook* maupun *Twitter*. Akun Viking Persib Club, baik di *Facebook* maupun *Twitter*, bisa jadi merupakan representasi komunitas Bobotoh Viking secara umum sesuai dengan logonya (Lihat kembali Gambar 4). Namun, akun tersebut juga tidak menyebut dirinya sebagai akun resmi dari Bobotoh Viking Persib. Komunitas Bobotoh Viking tampaknya menyadari adanya heterogenitas dalam komunitasnya, sehingga memberikan ruang yang lebih luas dan longgar bagi komunitasnya untuk lebih bebas berekspresi di era digital ini. Hal ini tampaknya menjadi strategi komunitas Bobotoh Viking untuk menjaga solidaritas anggotanya yang tersebar dan sangat banyak, bahkan terbanyak dibandingkan dengan komunitas Bobotoh yang lain.

Sementara itu, komunitas Bobotoh Famiglia 33 yang tidak memiliki struktur organisasi, secara tegas “membatasi” eksistensinya hanya melalui sebuah akun yang disebutkan secara eksplisit sebagai akun resmi. Kondisi ini sejalan dengan tidak adanya struktur organisasi dalam komunitas BF 33. Tanpa adanya struktur organisasi, koordinasi menjadi tantangan terbesar bagi komunitas ini, terutama di era digital yang memungkinkan semakin derasnya arus informasi. Kendati mengurangi kebebasan

berekspresi, pilihan ini tampaknya tepat untuk menjaga solidaritas di tengah kelonggaran struktur, sekaligus menghindari perpecahan sebagai konsekuensi dari banyaknya akun yang mengatasnamakan diri sebagai BF 33.

Secara umum, kemunculan era digital menguatkan keberadaan komunitas Bobotoh. Era digital memperluas ruang yang dimiliki oleh komunitas Bobotoh, sehingga mereka tidak saja berinteraksi melalui ruang nyata (luar jaringan/luring/*offline*), tetapi juga melalui ruang digital (dalam jaringan/daring/*online*). Ruang daring dan ruang luring ini berkelindan dan memberikan kesempatan bagi komunitas Bobotoh untuk semakin menguatkan komunitasnya, termasuk memberikan dukungannya kepada Persib. Jika sebelumnya anggota komunitas bertandang langsung ke markas komunitas untuk mengkoordinasi rencana menonton sebuah pertandingan, era digital ini memudahkan komunitas Bobotoh untuk mengkomunikasikan dan merencanakannya melalui media sosial, seperti terlihat pada Gambar 6.

Selain itu, komunitas Bobotoh dari berbagai daerah juga lebih mudah untuk berinteraksi dengan berbagi kabar, foto, maupun video, seperti yang terlihat dalam akun *Facebook* Viking Bangka (@vikingbangka), Viking Papua (@vikingpapua2015), Viking Lombok (@Viking Lombok), dan sebagainya, sehingga jejaring Viking pun semakin meluas. Fenomena ini sebenarnya menegaskan apa yang dikemukakan oleh Cerulo (1997) tentang keberadaan teknologi komunikasi digital yang membebaskan komunikasi dan interaksi dari persyaratan kehadiran fisik. Hal ini memudahkan komunitas Bobotoh untuk mengimajinasikan keberadaan komunitas Bobotoh yang lain (*generalized others*) sekaligus komunitas Bobotoh di tempat lain (*generalized elsewhere*).



**Gambar 7.** Poster Menonton Pertandingan Bersama

Sumber: Akun *Facebook* BF33 (Bobotoh Famiglia 33)

Selain itu, era digital juga memungkinkan kemunculan “generasi baru” Bobotoh. Komunitas Bobotoh ini merupakan hasil persinggungan antara generasi muda Bobotoh masa kini yang akrab dengan media baru dengan sepak bola sebagai salah satu budaya populer yang mengglobal. Berbeda dengan komunitas Bobotoh sebelumnya yang banyak didominasi oleh generasi *baby boom* (1946-1964), generasi X (1965-1976), dan generasi Y (1977-1997), generasi baru Bobotoh ini lebih banyak diisi oleh anak-anak muda generasi Z (1998-sekarang).<sup>4</sup>

Kendati generasi Bobotoh sebelumnya banyak yang memandangnya sebelah mata atau bahkan melabeli sebagai gaya anak muda yang masih labil, generasi baru Bobotoh ini sangat percaya diri untuk mengekspresikan dirinya. Dengan mengamati perkembangan pendukung

<sup>4</sup>Generasi Z ini kerap disebut sebagai generasi yang terlahir digital (*digital natives*). Seperti dikemukakan oleh Tapscott (2009), generasi internet ini setidaknya memiliki delapan norma, yaitu (a) Menginginkan kebebasan dalam segala hal mulai dari kebebasan memilih hingga berekspresi; (b) Menyukai personalisasi atau membuat sesuatu sesuai selera; (c) Mengedepankan pengamatan yang teliti; (d) Mencari integritas dan keterbukaan; (e) Menginginkan hiburan dan kegiatan bermain yang menyatu dengan beragam kegiatan lainnya, termasuk dalam bekerja dan belajar; (f) Mengandalkan kolaborasi dan relasi; (g) Membutuhkan kecepatan; serta (h) Menjadi inovator.

sepak bola dunia melalui media baru, generasi baru Bobotoh ini meniru gaya Ultras yang dipopulerkan oleh pendukung sepak bola Italia. Layaknya Ultras Italia yang mengenakan kemeja polo, topi, syal, maupun jaket bertudung (*hoodie*) yang berwarna gelap (Pilz & Wölki-Schumacher, 2010), generasi baru Bobotoh ini menamakan diri sebagai Bobotoh Famiglia 1933 yang juga mengenakan atribut serupa seperti terlihat pada Gambar 7. Dengan demikian, keberadaan era digital ini tidak saja mengukuhkan komunitas Bobotoh yang selama ini ada, tetapi juga mendorong kemunculan generasi baru Bobotoh yang memang terlahir digital. Generasi baru Bobotoh ini menggabungkan antara budaya populer yang mereka amati melalui media baru dengan budaya lokal tempat mereka berada. Konsekuensinya, mereka pun berinovasi menciptakan “*Sunda sapore Italiano*” atau “*Bobotoh Rasa Italiano*”.



**Gambar 8.** Foto Nonton Bareng (Nobar)  
Sumber: Akun Facebook BF33 (Bobotoh Famiglia 33)

Lebih lanjut, era digital ini juga menyediakan ruang bagi komunitas Bobotoh untuk menegosiasikan kembali siapa dirinya. Seperti yang telah dikemukakan, komunitas Bobotoh Famiglia 33 banyak menggunakan atribut ala Ultras Italia, begitu juga slogannya.

Tanpa memperdebatkan susunan gramatiknya, slogannya menggabungkan bahasa Sunda, bahasa Italia, dan bahasa Inggris, seperti “*Standing together just for Persib*”, “*Siamo una curva in festa*”, atau “*Salawasna Babarengan, Passione e Mentalita!*” Dalam laman Facebook Bobotoh Famiglia 33, admin pengelola maupun para anggota aktif berkomunikasi dengan menggunakan kombinasi bahasa Sunda, bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan juga bahasa Italia (Lihat Gambar 8).

Anak muda generasi Z yang banyak tergabung dalam komunitas Bobotoh Famiglia 33 ini seolah-olah ingin memposisikan dirinya di tengah pusaran arus global, nasional, dan lokal. Di satu sisi, anak-anak muda ini menggunakan bahasa Sunda, seperti “*Wilujeng Enjing Dulur*” (Selamat pagi Saudara) atau “*#Kabeh Dulur*” (Semua adalah saudara) sebagai bentuk “penghormatan” kepada tanah pasundan tempat Persib berada sekaligus identitas kulturalnya. Sementara itu, penggunaan bahasa Indonesia pada hakikatnya untuk mengikat para pecinta Persib yang tidak atau kurang fasih berbahasa Sunda atau pendukung Persib secara umum di Indonesia. Di sisi lain, pemakaian atribut serupa dengan Ultras Italia maupun penggunaan bahasa Inggris dan bahasa Italia, seperti “*#Respect All Bobotoh*” (Menghormati Semua Bobotoh) maupun “*Nessuna parola college Bobotoh perché, Persib desiderano un support e solidarietà invece di rissa compagni Bobotoh #foza Persib*” (Tidak ada kata rasis untuk sesama Bobotoh, karena yang Persib inginkan adalah DUKUNGAN dan KEBERSAMAAN dan bukan TAWURAN sesama Bobotoh) menunjukkan kecenderungan komunitas Bobotoh “generasi baru” yang berorientasi pada budaya populer global atau menjadi bagian dari masyarakat global.



**Gambar 9.** Contoh Percakapan Komunitas Bobotoh Famiglia 33  
 Sumber: Akun *Facebook* Ultras BF33 (Bobotoh Famiglia 33)

Berbeda dengan komunitas BF33 yang banyak diisi oleh generasi Z, komunitas Bobotoh Viking lebih banyak diisi generasi *baby boomer*, generasi X, dan generasi Y yang lebih banyak menggunakan bahasa Sunda dan bahasa Indonesia dan sesekali berbahasa Inggris untuk berekspresi di era digital ini. Viking Bangka, misalnya, mencantumkan slogannya yang berbahasa Sunda, yaitu “*Sanajan meuntas lautan hate aing tetep Persib*” (Meski melintasi lautan, hati saya tetap untuk Persib) di laman *Facebook*-nya (Lihat Gambar 9). Hal ini sebenarnya

menyiratkan bahwa komunitas Bobotoh Bangka ini adalah orang-orang sunda yang merantau ke Bangka sehingga dukungannya terhadap Persib, termasuk penggunaan bahasa Sunda, menjadi identitas kultural yang terus dijaga di tanah rantau. Kondisi yang hampir sama juga terjadi di komunitas Bobotoh Viking Lombok. Para Bobotoh Viking Lombok ini sepertinya adalah orang sunda yang berada di Lombok, sehingga mereka pun menyatakan “*Dirantau Aing Tetap Anti THE JAK*” (Di perantauan pun saya tetap anti The Jak) seperti terlihat pada Gambar 10.



**Gambar 10.** Slogan Bobotoh Viking Bangka  
Sumber: Akun Facebook Viking Bangka



**Gambar 11.** Kaos Bobotoh Viking Lombok  
Sumber: Akun Facebook Viking Lombok

Sedikit berbeda dengan BF33, komunitas Bobotoh Viking ini secara umum lebih banyak mengangkat identitas lokal dan nasional dalam ekspresinya di era digital. Hal ini setidaknya diperlihatkan melalui penggunaan bahasa Sunda dan juga bahasa Indonesia seperti yang telah diuraikan. Selain itu, komunitas Bobotoh Viking ini mempunyai ingatan kejayaan masa lalu yang sangat kuat, terutama ketika Persib masih diisi oleh pemain-pemain maupun pelatih sunda, sehingga di titik tertentu mereka menekankan identitas primordialnya. Kondisi ini setidaknya terlihat pada kejuaraan sepanjang tahun 2016. Setelah menjuarai Piala Presiden 2015, Persib dianggap mengalami kemerosotan prestasi pada tahun 2016 di bawah kepemimpinan pelatih Dejan Antonić yang berasal dari Serbia. Alih-alih mendatangkan pelatih asing, komunitas Bobotoh Viking pun menuntut ditariknya kembali Djadjang Nurdjaman, seorang putra daerah dari tanah pasundan yang juga mantan pemain yang pernah mengharumkan nama Persib (Lihat Gambar 12).

Namun demikian, komunitas Bobotoh ini ternyata tidak hanya terdiri dari orang-orang sunda. Komunitas Bobotoh ini juga melibatkan orang-orang pecinta Persib secara umum dan juga “orang-orang Bandung”. Jika pecinta Persib bisa jadi orang-orang yang memang menyukai dan mendukung permainan Persib, lantas siapakah “orang-orang Bandung” yang menjadi bagian dari Bobotoh ini? Seperti terlihat pada Gambar 13, Arief Budi Saputera menyatakan bahwa “... *abi ti lotim lur, tp abi lma kuliah di bdg. ...*” (Saya berasal dari Lombok Timur, tetapi saya lama kuliah di Bandung). Dengan demikian,

orang-orang Bandung ini bisa jadi dipersepsikan sebagai orang-orang yang tinggal di “Kota



**Gambar 12.** Dukungan untuk Putra Daerah

Sumber: Akun Facebook Viking-Persib

Bandung”, termasuk para pendatang yang bermukim di Bandung. Heru Djoko, Ketua Viking Persib Club, yang berasal dari Kutuharjo-Jawa Tengah, menyampaikan bahwa Bandung dihuni oleh orang Bandung dan orang sunda (Hasil wawancara di Los Tjihapit pada 26 April 2016). Menurutnya, orang Bandung selalu mengedepankan bergaya (*style*) dan tersenyum (*smile*), sedangkan orang sunda biasanya berasal dari berbagai daerah di Jawa Barat, seperti Cimahi, Garut, Kuningan, Sukabumi, dan



**Gambar 13.** Viking Lombok yang berbahasa lombok alih-alih berbahasa sunda  
Sumber: Akun Facebook Viking-Persib

Ciamis. Oleh karena itu, ia menggarisbawahi bahwa komunitas Bobotoh Viking tidak bisa dikatakan identik dengan sunda karena Bobotoh Viking membaaur di antara orang Bandung dan orang sunda.

Sementara itu, Yana Mulyana, Dirigen Viking Persib Club, yang merupakan orang sunda tulen menyatakan bahwa Persib sangat kental dengan budaya dan bahasa Sunda (Hasil wawancara di Viking *Fan Shop* Stadion Sidolig pada 27 April 2016). Ia bahkan menekankan bahwa hanya ada bahasa Sunda dan tidak ada bahasa lain yang digunakan di stadion tatkala Persib bertanding. Hal ini juga diamati oleh penulis ketika menonton pertandingan Persib di Stadion Jalak Harupat pada 30 April 2016. Penulis menyadari bahwa bahasa Sunda menjadi bahasa mayoritas yang digunakan oleh penonton di berbagai tribun, baik dalam memberikan semangat bagi pemain hingga mengolok-olok wasit.

Uraian di atas memperlihatkan bagaimana era digital memberikan ruang yang memberikan kesempatan kepada komunitas Bobotoh Persib untuk menegosiasikan kembali siapa dirinya. *Pertama*, era digital semakin memberikan kesempatan bagi komunitas Bobotoh untuk merekonstruksi identitasnya yang melampaui

“identitas kesundaan”. Kondisi ini salah satunya terlihat pada ekspresi-ekspresi komunitas Bobotoh di era digital yang semakin mengkombinasikan penggunaan bahasa Sunda dan juga bahasa Indonesia. Apa yang disebut sebagai orang sunda dan orang Bandung di atas pada hakikatnya adalah negosiasi antara penduduk asli sunda dengan penduduk pendatang di Kota Bandung.

Dalam diskusi kelompok terfokus yang diadakan di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)-Bandung pada 28 April 2016, terungkap adanya konstruksi wacana tentang *sunda pituin* dan *sunda mukimin*. Jika *sunda pituin* adalah orang sunda asli maupun keturunannya yang fasih berbahasa Sunda, *sunda mukimim* adalah para pendatang di Kota Bandung yang secara genetis bukan orang sunda. Dalam konteks ini, keberadaan Bobotoh Persib memberikan ruang bagi komunitas Bobotoh untuk merekonstruksi identitasnya yang tidak saja melibatkan orang sunda asli sebagai konsekuensi dari berdirinya Persib di tanah pasundan, tetapi juga para pendatang yang ada di Kota Bandung di mana Persib bermarkas.

*Kedua*, di era digital ini, komunitas Bobotoh Persib menegosiasikan kembali tarikan identitas sebagai “orang desa atau orang kampung” dengan “orang kota yang mengglobal”.

Keberadaan komunitas Bobotoh Persib memberikan kesempatan kepada orang sunda yang berada di pinggiran, seperti Kuningan, Cirebon, Sumedang, dan Garut yang seringkali dipersepsikan sebagai “orang desa atau orang kampung” untuk menjadi “orang kota”, terlebih dengan posisi Bandung sebagai pusat peradaban dari tanah pasundan. Selain itu, kehadiran era digital maupun kemunculan generasi yang terlahir digital memberikan kesempatan untuk membangun identitas komunitas Bobotoh yang bukan saja sebagai “orang kota”, melainkan juga sebagai “orang kota yang mengglobal” yang ikut mengadaptasi budaya populer global di seputar sepak bola, seperti budaya pendukung Ultras ala Italia.

*Ketiga*, konstruksi identitas sebagai Bobotoh Persib justru dibentuk dari bawah oleh masyarakat akar rumput, alih-alih diciptakan oleh para penguasa. Merujuk pada tiga bentuk utama identitas kolektif yang disampaikan oleh Castells (2010), konstruksi identitas Bobotoh Persib bukanlah identitas legitimasi (*legitimizing identity*) maupun identitas resistensi (*resistance identity*).

Mengikuti peribahasa “Di mana bumi dipijak, di situ langit dijunjung”, komunitas Bobotoh Persib di era digital ini menjadi ruang negosiasi bagi orang-orang sunda dan orang Bandung khususnya, untuk mendefinisikan kembali siapa diri mereka dan bagaimana posisi mereka dalam struktur sosial yang ada. Alih-alih menunjukkan adanya perlawanan antara penduduk asli (orang *sunda pituin*) dan pendatang (orang *sunda mukimin*), keberadaan Bobotoh Persib justru membentuk sebuah identitas proyek (*project identity*) yang memungkinkan keduanya untuk membentuk “sebuah identitas baru” yang membuat penduduk sunda asli maupun pendatang sama-sama memperoleh posisi di tanah pasundan tempat mereka bermukim saat ini.

Melalui Bobotoh Persib, komunitas ini ingin mengkonkretisasi ide “perluasan masyarakat sunda” yang tidak saja melibatkan orang sunda asli, tetapi juga para pendatang di tanah pasundan. Dalam konteks ini, orang sunda asli dapat meneguhkan identitas kulturalnya, sedangkan para pendatang juga mendapatkan penerimaan sekaligus pengakuan sebagai bagian dari warga Bandung yang menjadi ibukota atau pusat perkembangan dari tanah pasundan. Selain

itu, identitas proyek ini juga memungkinkan mereka menjadi bagian dari masyarakat global.

## Penutup

Pembentukan sebuah klub pendukung sepak bola ternyata tidak semata-mata menjadi sebuah bentuk dukungan bagi sebuah klub sepak bola, tetapi juga mampu memfasilitasi proses konstruksi identitas kolektif. Komunitas Bobotoh Persib di era digital yang digambarkan dalam tulisan ini memungkinkan para pendukung Persib untuk menegosiasikan kembali identitasnya.

Mengikuti Castells (2010), bagaimana, dari apa, oleh siapa, dan untuk apa identitas tersebut dikonstruksi? Identitas kolektif ini dibangun melalui pembentukan komunitas Bobotoh yang heterogen dari berbagai kelas sosial dan beragam kelompok umur yang tentunya memiliki ketertarikan masing-masing. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Shobe (2008), keberadaan Bobotoh Persib ini memberikan ruang bagi Bobotoh Persib untuk mengekspresikan identifikasi kolektif dengan “tempat”, baik dalam pemaknaan lokal (Bandung), nasional (Bandung di antara klub sepak bola lain di Indonesia), dan bahkan global (Ultras ala Italia misalnya) maupun “etnisitas” (“kesundaan”). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Bobotoh Persib bukan saja dukungan terhadap permainan Persib, melainkan juga merupakan sebuah perpanjangan (*extension*) maupun pengejawantahan (*embodiment*) dari “Kota Bandung” dan juga “Kesundaan”.

Penguatan identitas dilakukan secara terus menerus melalui berbagai kegiatan atau yang disebut Hobsbawm (1983) sebagai *invented tradition*, seperti pemilihan warna maupun atribut, perayaan hari ulang tahun klub pendukung, kegiatan menonton pertandingan bersama atau nonton bareng (nobar), tur tandang ke stadion-stadion, hingga persaingan dengan The Jakmania dan persaudaraan dengan Bonek. Identitas komunitas Bobotoh ini dibangun dengan menggunakan berbagai atribut yang identik dengan Persib maupun mengimitasi atribut dan perilaku pendukung klub sepak bola di liga-liga tren dunia, seperti liga Inggris maupun liga Italia.

Setidaknya terdapat tiga aktor utama yang berperan dalam pembentukan identitas Bobotoh Persib, yaitu (a) elite sunda; (b) elite pendatang; serta (c) generasi yang terlahir digital

yang kerap dikenal inovatif. Elite sunda tentu ingin meneguhkan identitas kulturalnya sebagai orang sunda yang direpresentasikan melalui penggunaan bahasa Sunda dalam pembentukan komunitas “Bobotoh” Persib serta dominannya penggunaan bahasa Sunda dalam interaksi antarBobotoh Persib, baik di ruang luring (seperti stadion) maupun ruang daring (seperti media sosial). Di sisi lain, warga pendatang, khususnya di Kota Bandung, ingin mendapatkan “penerimaan” dan “pengakuan” tanpa dilabeli sebagai “orang sunda”, sehingga keberadaan Bobotoh Persib menjadi pilihan yang paling tepat.

Sementara itu, melampaui generasi Bobotoh sebelumnya, generasi Bobotoh yang terlahir digital mempersepsikan perlunya identifikasi dengan pusran budaya global. Inovasi yang bersumber dari pusran budaya populer global ini menjadi “penting” bagi Bobotoh generasi Z yang selalu menekankan “kebebasan” dan “berbeda dari yang lain”. Perlu digarisbawahi bahwa penggunaan bahasa, khususnya bahasa Sunda oleh ketiga aktor utama ini, justru menjadi identitas kultural utama yang menyatukan komunitas Bobotoh yang beragam.

Dengan demikian, Bobotoh Persib memberikan ruang bagi (re)konstruksi identitas “kesundaan”, terlebih di era digital saat ini. Bobotoh Persib di era digital tidak saja memberikan ruang bagi orang sunda asli dan pendatang untuk menegosiasikan kembali dirinya, tetapi juga memungkinkan konektivitas dengan pusran global. Bobotoh Persib menjadi sebuah identitas proyek (*project identity*) yang memungkinkan “sebuah identitas baru” yang merepresentasikan penduduk sunda asli maupun pendatang yang terhubung dengan masyarakat global.

#### Daftar Pustaka

- Aji, R.N. Bayu. (2010). *Tionghoa Surabaya dalam Sepak Bola*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Altruism, Y. (2014). *Bus Bobotoh Hancur Dilempari Jakmania*. Diunduh dari [http://www.kompasiana.com/yoezron/bus-Bobotoh-hancur-dilempari-jakmania\\_54f94022a33311f1068b4b04](http://www.kompasiana.com/yoezron/bus-Bobotoh-hancur-dilempari-jakmania_54f94022a33311f1068b4b04).
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*. London & New York: Verso.
- Aweuu. (Tanpa Tahun). Sejarah Berdirinya “Flower City Casual (FCC)”. Diunduh dari <http://www.kaskus.co.id/thread/5254ac6bfcca17504f000004/sejarah-berdirinya-quotflower-city-casualquot-fcc/pada 1 September 2016>.
- Bahri, A.P. Saeful. (2015). The Bombs Berubah Jadi Yayasan (5 Januari). Diunduh dari <http://bola.inilah.com/read/detail/2167463/the-bombs-berubah-jadi-yayasan> pada 1 September 2016.
- Bairner, A. (2009). National sports and national landscapes: In defence of primordialism. *National Identities*, 11 (3), 223-239.
- Best Football (Soccer) Clubs of 2015. Diunduh dari <http://www.thetoptens.com/2015-football-soccer-clubs/> pada 1 Agustus 2016.
- Brown, A. (Ed.). (2002). *Fanatics! Power, Identity, and Fandom in Football*. London & New York: Routledge.
- Castells, M. (2010). *The Power of Identity 2<sup>nd</sup> Edition*. Malden & Oxford: Wiley-Blackwell.
- Cerulo, K.A. (1997). Identity construction: New issues, new directions. *Annual Review of Sociology*, 23, 385-409.
- Daniel, W. (2012). Punya 5.3 juta fans, Persib pede jual saham di bursa. Diunduh dari <http://finance.detik.com/read/2012/03/13/143228/1865986/6/punya-53-juta-fans-persib-pede-jual-saham-di-bursa> (13 Maret) pada 1 Agustus 2016.
- Demi Tiket Persib, Bobotoh Asal Garut Ngendong di Bandung. (2015). Diunduh dari <http://www.republika.co.id/berita/sepakbola/liga-indonesia/15/10/18/nwdozq348-demi-tiket-persib-Bobotoh-asal-garut-ngendong-di-bandung> pada 1 September 2016.
- Dilight. (Tanpa Tahun). Hooligan Eropa Tanah Sunda (Flower City Casual). Diunduh dari <http://www.kaskus.co.id/thread/514fc31905346a5904000004/hooligan-eropa-tanah-sunda-flowers-city-casual/> pada 1 September 2016.
- Erianto, D. (2016). Persib nyawa “Bobotoh”. Diunduh dari <http://print.kompas.com/baca/2016/03/16/Persib-Nyawa-Bobotoh> (16 Maret) pada 1 April 2016.

- Fanpage Flower City Casual. (Tanpa Tahun). About Story. Diunduh dari [https://www.facebook.com/pg/Flower-City-Casual-457378564290031/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Flower-City-Casual-457378564290031/about/?ref=page_internal) pada 1 September 2016.
- Guschwan, M. (2013). Review of Football Fascism and Fandom: The UltraS of Italian Football. *Sociology of Sport Journal*, 30, 223-226.
- Hamkamijaya, Denny. (2012). Damailah Bobotoh. Diunduh dari [http://www.kompasiana.com/dehamka/damailah-Bobotoh\\_551aabeda33311\\_eb21b6\\_5917](http://www.kompasiana.com/dehamka/damailah-Bobotoh_551aabeda33311_eb21b6_5917) pada 1 September 2016.
- Hanifan, A.F. & Herfiyana, N. (2014). *Persib Undercover*. Bandung: Tiga Buku.
- Hardi, E.P. (2014). Persib vs Persipura, 6000 Bobotoh serbu Palembang. Diunduh dari <http://m.tempo.co/read/news/2014/11/06/099619933/Persib-Vs-Persipura-6000-Bobotoh-Serbu-Palembang> (6 November) pada 1 Agustus 2016.
- Hobsbawm, E. (1983). Introduction: Inventing traditions. Dalam E. Hobsbawm & T. Ranger (Eds.). *The Invention of Tradition* (hlm. 1-14). Cambridge: Cambridge University Press.
- Horsley, R. (2005). *Men's Lifestyle Magazines and the Construction of Male Identity* (Doctoral Dissertation). University of Leeds, Leeds. Diunduh dari <http://www.artlab.org.uk/horsley-phd.pdf> pada 1 Agustus 2016.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity 3<sup>rd</sup> Edition*. Oxon & New York: Routledge.
- Kennedy, E.S. (2014). *Sepak Bola Seribu Tafsir*. Yogyakarta: Indie Book Corner.
- Knijnik, J. (2016). Imagining a multicultural community in an everyday football carnival: chants, identity and social resistance on Western Sydney terraces. *International Review for the Sociology of Sport*. 1-19.
- Kristanto, A.B. (2015). *Musim Sang Juara*. Bandung: Tatali News Cooperation Publishing.
- Kristanto, A.B. (2016). Sejarah singkat Persib Bandung dari masa ke masa. *Pikiran Rakyat* (30 Maret). Diunduh dari <http://www.pikiran-rakyat.com/persib/2016/03/30/365288/sejarah-singkat-persib-bandung-dari-masa-ke-masa>.
- Lee, T.K. (2008). *Constructing Consumerist Masculinities: Men's Lifestyle Magazines in Contemporary China*. Makalah disampaikan dalam 17<sup>th</sup> Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia in Melbourne (1-3 Juli). Diunduh dari <http://artsonline.monash.edu.au/mai/files/2012/07/tracyklee.pdf> pada 1 Agustus 2016.
- McFarland, A. (2007). Building a mass activity: Fandom, class and business in early Spanish football. *Soccer & Society*, 8 (2-3), 205-220.
- Muse, E. (2011). 'The event of space: Defining place in a virtual landscape'. dalam A. Ensslin & E. Muse (Eds.). *Creating Second Lives: Community, Identity and Spatiality as Constructions of the Virtual*. New York & London: Routledge.
- Nuralam, C. (2014). 5 Bentrokan terakhir Jakmania dan Viking. (bolaliputan6.com, 9 Agustus). Diunduh dari <http://bola.liputan6.com/read/2088594/5-bentrokan-terakhir-jakmania-dan-viking> pada 10 Agustus 2016.
- Perdana, P.P. (2014). Ridwan Kamil minta Bobotoh seluruh dunia berkumpul. Diunduh dari <http://regional.kompas.com/read/2014/11/16/18384521/Ridwan.Kamil.Minta.Bobotoh.Seluruh.Dunia.Berkumpul>. Pada 1 Agustus 2016.
- Perkasa, P. Aditya. (2015). Ultras BF33 Pendukung Persib Tiru Gaya Suporter Italia. Diunduh dari <https://www.merdeka.com/sepakbola/ultras-bf33-pendukung-persib-tiru-gaya-suporter-italia.html> (23 November) pada 1 September 2016.
- Pilz, Gunter A. & Wölki-Schumacher, F. (2010). Overview of the ultra culture phenomenon in the council of Europe member states in 2009. *International Conference on Ultras* (18 January) yang diselenggarakan oleh Council of Europe. Diunduh dari [http://www.coe.int/t/dg4/sport/Source/T-RV/T-RV\\_2010\\_03\\_](http://www.coe.int/t/dg4/sport/Source/T-RV/T-RV_2010_03_)

- EN\_background\_doc\_Prof\_PILZ.pdf pada 1 September 2016.
- Rappler. (2016). 3 Klub Sepak Bola Terbesar di Indonesia. (*Rappler.com*, 17 November). Diunduh dari <http://www.rappler.com/indonesia/olahraga/152777-klub-sepak-bola-terbesar-indonesia>.
- Redhead, S. (2009). Hooligan writing and the study of football fan culture: Problems and possibilities. *Nebula* 6 (3), 16-41.
- Sasiereun Sabeunyeureun Pikeun Sunda. (2013). Kamus Basa Sunda (Bobontot-Boléd). Diunduh dari <http://sasieureun-sabeunyeureun-pikeun-sunda.blogspot.co.id/2013/04/kamus-basa-sunda-bobontot-boled.html> pada 1 Agustus 2016.
- Satjadibrata, R. (1954). Kamus Sunda. Jakarta: Balai Poestaka.
- Satjadibrata, R. (2011). Kamus Sunda-Indonesia. Bandung: Kiblat Buku Utama.
- Shobe, H. (2008). Place, identity and football: Catalonia, Catalanisme and Football Club Barcelona, 1899–1975. *National Identities*, 10 (3), 329-343.
- Stone, C. (2007). The role of football in everyday life. dalam S. Brown (Ed.). *Football Fans around the World: From Supporters to Fanatics* (hlm. 7-22). New York: Routledge.
- Stone, C. (2007). The Role of Football in Everyday Life. *Soccer & Society*, 8 (2-3), 169-184.
- Sufiyanto, T. (2015). Ini Sembilan Suporter Fanatik di Indonesia. (*bola.com*, 15 Juli). Diunduh dari <http://www.bola.com/dunia/read/2273751/ini-sembilan-suporter-fanatik-di-indonesia>.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Taufik, M. (2012). Bobotoh elemen penting Persib. Diunduh dari [http://soccer.sindonews.com/read/693525/58/Bobotoh-elemen-penting-persib-1354417057\(2-Desember\)](http://soccer.sindonews.com/read/693525/58/Bobotoh-elemen-penting-persib-1354417057(2-Desember)) pada 1 Agustus 2016.
- Triastopo, Y. (2015). Berjayalah the Bombs Sukabumi (2 Januari). Diunduh dari <http://bola.inilah.com/read/detail/2173597/berjayalah-the-bombs-sukabumi> pada 1 September 2016.
- Who is Persib Bandung... And Why Are They Ranked Number One. Diunduh dari <http://www.thetoptens.com/best-football-soccer-club/5374.asp> pada 1 Agustus 2016.
- Wisata Bandung. (2014). Di Balik Peran Bobotoh: Persib sebagai Kebanggaan, Harga Diri, dan Hati. Diunduh dari <http://www.wisatabdg.com/2015/02/me-maknai-makna-Bobotoh-sebagai.html> pada 1 Agustus 2016.
- Yadi, Irvan Beka. (2012). Sejarah Lahirnya Viking Persib Fans Club. Diunduh dari <http://www.viva.co.id/bola/read/322273-sejarah-lahirnya-viking-persib-fans-club> (7 Juni) pada 1 September 2016.

