

KULTUR PARTISIPASI PADA GRUP PENGGEMAR ATLET *FIGURE SKATING*

Nur Baiti Wahdani S.

Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Abstrak

Penggunaan teknologi komunikasi dan informasi saat ini membuat penggemar *figure skating* di Indonesia dapat membuat mereka saling terhubung dengan sesama penggemar. Aktivitas tersebut salah satu caranya adalah dengan bergabung ke dalam komunitas *online* penggemar *figure skating*, yang mana memberikan sarana interaksi dan ruang diskusi dengan sesamanya. Komunitas *online* penggemar *figure skating* di Indonesia salah satunya adalah yuzuruID. Pada komunitas yuzuruID, penggemar aktif mengkonsumsi, memproduksi, dan memaknai hal-hal yang berkenaan dengan *figure skating*. Perilaku penggemar tersebut kemudian menjadi kultur tersendiri yang hanya mereka miliki pada komunitas *online* yuzuruID. Penelitian yang berfokus pada pemahaman akan kultur penggemar *figure skating* ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk pemahaman lebih jauh dalam masalah ini, penelitian kualitatif ini juga dikolaborasikan dengan metode *netnography* dan perspektif *cultural studies*. Metode *netnography* dipilih agar sesuai dengan lokasi penelitian yang berada dalam ruang diskusi *online* penggemar dengan segala aktivitas produksi dan konsumsi yang mereka lakukan. Sedangkan perspektif *cultural studies* digunakan oleh peneliti untuk mempelajari makna yang di bangun oleh penggemar dari perilaku penggemar dalam komunitas *online* yuzuruID dan pandangan mereka akan *figure skating* itu sendiri. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa para penggemar *figure skating* di Indonesia yang tergabung dalam komunitas *online* yuzuruID memiliki tiga tipe partisipasi. Tipologi tersebut antara lain *The entertainment seeker*, *The reporter*, dan *The critics*.

Kata kunci : kelompok penggemar olahraga, kultur partisipasi, komunitas *online*, *figure skating*, netnografi

Abstract

The usage of information and communication technology nowadays have made the figure skating fans in Indonesia can maintain affiliation with fellow figure skating fans. One way to develop this affiliation is by joining online fandom community, which give them an interaction medium and discussion area with their peers. One of figure skating fans community in Indonesia is yuzuruID. At yuzuruID, fans are active to consume, produce, and making meaning for figure skating-related things. Those fans behavior then become a special culture unique to the yuzuruID community. This study that focused on the comprehension of the figure skating fans culture used the qualitative research method. For further

understanding of this matter, the netnography method and cultural studies perspective were also used in this study. Netnography was chosen because it suited the research scope that use the fans online discussion room better. Meanwhile, cultural studies was chosen to learn about some meanings that are built by fans from their activities inside yuzuruID and their perspectives about figure skating itself. The results of the study shows that figure skating fans in yuzuruID have three types of participation. Those typologies are the entertainment seeker, the reporter, and the critics.

Keywords: sport fans fandom, participatory culture, online community, figure skating, netnography

Pendahuluan

Teknologi internet saat ini menjadikan suatu kemudahan tersendiri bagi penciptaan komunitas *online*, termasuk komunitas olahraga. Berbagai jenis komunitas *online* olahraga yang ada di Indonesia tersebut salah satunya berada pada jejaring sosial Line. Line sendiri memiliki beberapa akun pengguna baik resmi, personal maupun *multi-user* yakni berupa *fiture* obrolan maupun *group chat*. Sebagai salah satu lalu lintas informasi yang lebih luas cakupannya, fitur penggunaan *group chat* Line ini menjadi jawaban yang tepat bagi penggemar olahraga.

Penggemar olahraga dalam menciptakan bentuk komunitas *online* di tataran jejaring sosial ini sangatlah beragam, bahkan ke jenis olahraga yang masih asing di telinga mereka sebagaimana *figure skating*. *Figure skating* sendiri merupakan suatu olahraga dimana pemainnya menampilkan gerakan bebas yang estetik dari kombinasi teknik-teknik tertentu¹. Olahraga ini cukup terkenal di daerah dengan iklim empat musim sebagaimana terepresentasi pada *figure skater* yang tampil dalam *winter olympics* maupun pekan olahraga berbasis *figure skating* internasional. Sayangnya untuk Indonesia sendiri, olahraga ini masih kurang dikenal.

Kurang dikenalnya olahraga *figure skating* ini ternyata tidak meredupkan gelora penggemar *figure skating* di Indonesia. Mereka membentuk komunitas *online* berbasis *online fandom community* pada jejaring sosial Line bernama yuzuruID. Dalam *group chat* tersebut, anggota sebagai penggemar atlet sekaligus olahraga *figure skating* melakukan berbagai hal sebagaimana bentuk perilaku yang dilakukan pada tataran jejaring sosial.

Perilaku yang dilakukan oleh orang-orang pada sebuah komunitas *online* dapat dikatakan sudah menjadi suatu bentuk aktivitas budaya. Aktivitas budaya yang terjadi dalam

¹ Scott Hamilton, *Figure Skating*, Diakses melalui laman www.britannica.com/sports/figure-skating pada 18 Agustus 2017.

penggemar di komunitas *online* misalnya saja dari kelompok penggemar klub sepak bola Juventus yang berdiskusi mengenai Juventus dan sepak bola pada umumnya baik *offline* maupun *online* (facebook, twitter, dan website komunitas)². Adapula penelitian pada forum Kaskus penggemar futsal regional Surabaya terkait kegiatan berbagi informasi yang berupa *update* informasi yang termasuk “*hot news*”³. Kegiatan tersebut sebenarnya merupakan bentuk konsumsi dan produksi penggemar yang terjadi dari interaksi di kalangan sesamanya.

Kegiatan konsumsi sendiri bukanlah hal yang baru dalam kalangan penggemar olahraga. Hal ini sebagaimana dijelaskan dari perilaku konsumsi penggemar olahraga di Australia yang terlihat ketika mereka menonton televisi, mendengarkan radio, berselancar di internet maupun dari berdiskusi secara *online* mengenai olahraga yang mereka senangi⁴. Contoh lain kegiatan konsumsi ini semisal dari penggemar klub sepak bola Juventus⁵ dan Liverpool⁶ dari Indonesia dimana penggemar saling mengikuti perkembangan mengenai aktivitas klub kecintaan mereka di media massa serta membeli atribut ataupun pernak-pernik yang berkaitan dengan klub yang di dukung.

Bentuk perilaku penggemar yang memberikan kontribusi perkembangan informasi dalam komunitas mereka ini pun telah menjadi daya tarik keilmuan bagi para akademisi, salah satunya sebagaimana yang telah digambarkan dalam penelitian mengenai Komunitas Komik Bungkul Surabaya⁷. Bahkan dalam suatu kasus, sekelompok penggemar *figure skating* secara aktif melakukan aksi protes baik digital maupun secara langsung turun ke jalan di Washington, DC mengenai ketidakadilan yang terjadi pada olahraga tersebut⁸. Masih kurangnya penelitian dengan konsep *participatory culture* di ranah ilmu informasi dan perpustakaan, ditambah masih asingnya informasi mengenai olahraga *figure skating* di ranah masyarakat Indonesia inilah yang menjadikan peneliti ingin mengangkat penelitian

² Paundra Jhalugilang, *Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)*, 2012, Thesis: Universitas Indonesia, hlm. 99.

³ Jannatul Firdausi, Peranan Modal Sosial Pada Perilaku Berbagi Informasi di Dalam Forum Sport: Futsal Kaskus Regional Surabaya, 2014, Jurnal Libri-Net 3(2).

⁴ Merrill J. Melnick, *An Examination of Sport Fandom in Australia: Socialization, Team Identification, and Fan Behavior*, 2010, International Review for the Sociology of Sport 46(4), hlm. 460.

⁵ Jhalugilang, *Op.Cit.*, hlm. 60-62.

⁶ Ainur Rofi, Studi Deskriptif Mengenai *Sport Consumption* Pada Member BIGREDS Indonesia Official Liverpool Supporter Club, 2016, Repository Unpad, hlm. 5.

⁷ Ika Mardiana, Budaya Partisipasi (*Participatory Culture*) Pada Kelompok Penggemar Komik (Kajian Budaya Partisipasi Pada Komunitas Komik Bungkul Surabaya), 2015, Skripsi Universitas Airlangga.

⁸ Roxane Lyn Fenton, *Circuits of Representation: Figure Skating and Cultural Meaning in U.S. Popular Culture*, 2007, Dissertasion of University of California.

participatory culture dengan sasaran penelitian kelompok penggemar olahraga *figure skating* yang dilakukan oleh anggota komunitas *online* yuzuruID.

Fokus Masalah Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua pertanyaan penelitian meliputi:

1. Bagaimanakah bentuk perilaku penggemar yang terbangun dalam komunitas *online* penggemar atlet *figure skating*?
2. Bagaimana bentuk aktivitas produksi dan konsumsi penggemar yang dikembangkan dalam proses interaksi pada komunitas *online* penggemar atlet *figure skating*?

Perilaku Penggemar Olahraga dalam Komunitas Online

Di era digital penggemar mampu menggunakan berbagai media yang berujung pada terbentuknya komunitas-komunitas *online* objek kegemaran mereka dengan mudah dan cepat. Adanya komunitas *online* tersebut menjadikan penggemar dapat melakukan berbagai perilaku kegemaran mereka. Hal ini sebagaimana di contohkan dalam penelitian Booth bahwasanya dalam suatu komunitas *online*, penggemar mampu menciptakan, merubah, mengapresiasi, mencari, menulis, memaknai, maupun hidup dalam ruang maya yang mereka ciptakan dengan senantiasa berpartisipasi di dalamnya⁹.

Perilaku penggemar di suatu komunitas *online* ini sendiri sudah pernah diteliti sebagaimana temuan dari penelitian Sugihartati yang menerangkan bahwa penggemar di komunitas penggemar *The Mortal Instruments* Indonesia melandaskan perilaku mereka atas dasar interaktivitas antar anggota dan non anggota yang dilakukan secara *online* dari berbagai media sosial¹⁰. Sedangkan pada penggemar olahraga perilaku ini contohnya dari kelompok penggemar klub sepak bola Juventus Indonesia, dimana mereka melakukan kegiatan diskusi *online* mengenai Juventus itu sendiri maupun terkait olahraga sepak bola pada umumnya melalui facebook, twitter, maupun website komunitas¹¹.

⁹ P. Booth, *Digital Fandom, New Media Studies*, New York: Peter Lang, 2009, dalam Rahma Sugihartati, *Youth Fans of Global Popular Culture: Between Prosumer and Free Digital Labourer*, *Journal of Consumer Culture* 0(0), 2017, hlm. 1-19.

¹⁰ Sugihartati, *Loc.Cit.*

¹¹ Jhalugilang, *Op.Cit.*, hlm. 97.

Olahraga sebagai Aktivitas Kegemaran yang Menjadi Bagian Budaya dari Aktivitas Budaya Penggemar

Olahraga merupakan hasil atau produk dari budaya populer yang senantiasa berkembang, dikonsumsi serta disenangi oleh masyarakat luas. Hal ini sebagaimana dinyatakan bahwa olahraga merupakan bagian dari sebuah industri budaya¹². Ketika suatu aktivitas merupakan keluaran dari budaya semisal dengan adanya industri budaya maka cakupan aktivitas itu akan terpapar dengan sangat luas. Hal ini mampu terlaksana terlebih dengan adanya budaya konvergen yang terjadi di masyarakat, yakni melalui internet.

Aktivitas Produksi Penggemar *Figure Skating*

Penggemar merupakan pemirsa yang aktif dan produktif dalam kegiatan penciptaan dan re-produksi beragam teks kultural dalam budaya massa. Hal ini sebagaimana pernyataan Jenkins bahwa penggemar adalah konsumen yang memproduksi, pembaca yang menulis dan pemirsa yang berpartisipasi¹³. Fiske menuliskan bahwa terdapat tiga jenis produktivitas penggemar sebagaimana produktivitas semiotik (*semiotic productivity*), produktivitas ucapan (*enunciative productivity*), dan produktivitas tekstual (*textual productivity*)¹⁴.

Produktivitas pertama (*semiotic productivity*) terdiri dari beragam makna semiotik semisal ideologi, hegemoni, cara pandang, pola berpikir yang diperoleh penggemar dari sumber-sumber semiotik atau makna dalam komoditas kultural yang ada. Produktivitas ucapan (*enunciative productivity*) merupakan tingkatan lanjutan dari produktivitas semiotik sebagai suatu bentuk pengungkapan dari makna semiotik yang ada pada diri penggemar. Produktivitas tekstual (*textual productivity*) dilakukan penggemar dalam beragam bentuk semisal *fan-letter*, *fan-fiction*, *fan-art*, dan lain sebagainya.

Penjelasan mengenai produktivitas penggemar pun juga turut diamati oleh Jenkins sebagaimana pernyataannya bahwa penggemar selama ini tidak puas dengan beragam teks

¹² J. Horne, *Sport in Consumer Culture*, New York: Palgrave Macmillan, 2006.

¹³ Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992, dalam Lisa A. Lewis, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge, 1992, hlm. 208

¹⁴ John Fiske, *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman, 1989 dalam Lisa A. Lewis, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London: Routledge, 2001, hlm. 37-39.

kultural yang diberikan oleh budaya massa sehingga mereka berusaha mereproduksi ulang teks tersebut dalam berbagai bentuk produktivitas yang mereka kehendaki¹⁵.

Aktivitas Konsumsi Penggemar *Figure Skating*

Perubahan sosial masyarakat ke arah masyarakat konsumen telah menciptakan budaya dan gaya hidup konsumerisme, tidak terkecuali di kalangan penggemar. Gaya hidup konsumerisme tersebut pada akhirnya merubah logika konsumsi penggemar yang pada awalnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan menuju logika pemenuhan keinginan. Hal ini sebagaimana pernyataan Baudrillard bahwa orang tidak lagi mengkonsumsi nilai manfaat produk melainkan nilai tanda¹⁶. Berbeda dengan pendapat Baudrillard, dalam perspektif *cultural studies*, Jenkins menjelaskan tentang perkembangan budaya penggemar yang merupakan konsumen aktif. Penggemar sebagai pelaku konsumsi dalam pendapat Jenkins memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda dengan pelaku konsumsi kebanyakan¹⁷. Iapun menggolongkan obyek yang dikonsumsi penggemar dalam fandom menjadi dua jenis yakni objek materil (konkret) dan objek imateril (imajiner).

Kultur Partisipasi Kelompok Penggemar dalam perspektif *Cultural Studies*

Budaya partisipasi (*participatory culture*) yang muncul dalam kelompok penggemar berdasarkan kerangka perspektif *cultural studies* merupakan respon atas pemaknaan penggemar tersebut akan suatu teks budaya. Penggemar membentuk forum diskusi mengenai interpretasi yang mereka miliki dan menciptakan jaringan yang digunakan mereka sebagai wadah sirkulasi hasil karya¹⁸. Terciptanya jaringan inilah yang merupakan bagian dari partisipasi para penggemar. Penggunaan jaringan sebagai wadah untuk mencari dan membangun sistem komunikasi dan informasi dalam budaya baru ini mereka lakukan untuk mengembangkan pemaknaan akan teks.

Budaya partisipasi yang menjadi bagian dari budaya konvergen menunjukkan adanya pergeseran budaya dimana penggemar dapat mencari informasi baru dan membuat koneksi

¹⁵ Jenkins, *Loc.Cit.*

¹⁶ Mike Featherstone, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, hlm. 161.

¹⁷ Jenkins, *Loc.Cit.*

¹⁸ Jenkins, *Op.Cit.*, hlm. 23.

antara isi media yang tersebar. Bentuk budaya ini menjadi pendukung untuk berpartisipasi secara luas dalam produksi dan distribusi media. Kemunculan budaya ini terjadi sebagai bentuk serapan dan respon akan ledakan media yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pengarsipan, mensirkulasi konten, dan lain-lain¹⁹.

Keberadaan budaya ini menjadikan penggemar olahraga memiliki sarana interaksi sosial yang lebih beragam dan mampu mendorong mereka untuk lebih berpartisipasi dalam interaksi *online*. Hal ini ditandai dengan adanya unsur keterlibatan dan keterbukaan ekspresi, adanya dukungan terhadap penciptaan sesuatu, adanya *sharing* akan hasil ciptaan, adanya kepercayaan akan kontribusi satu sama lain, dan adanya keterikatan sosial antara satu sama lain dalam budaya partisipasi yang telah terbentuk²⁰. Lebih lanjut, dengan adanya internet mampu menciptakan berbagai bentuk budaya partisipasi yang berupa afiliasi, ekspresi, kolaborasi pemecahan masalah, dan sirkulasi.

Afiliasi dalam hal ini dilakukan oleh individu dalam keanggotaan mereka di berbagai komunitas *online* baik formal maupun informal seperti halnya jejaring sosial. Ekspresi merupakan kegiatan atau tindakan individu dalam memproduksi konten-konten kreatif yang baru. Kolaborasi pemecahan masalah dalam hal ini ditandai dengan kegiatan bersama antar anggota komunitas, baik secara formal maupun informal, untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru. Sirkulasi, merupakan bentuk budaya partisipasi dimana seseorang mampu membentuk aliran informasi dalam media yang dilakukan untuk mempertajam informasi di dalamnya.

Tipe-tipe Penggemar *Figure Skating* dari Studi Terdahulu

Penggemar olahraga *figure skating* sesungguhnya dapat diidentifikasi dan di klasifikasi dalam berbagai tipe. Hasil temuan studi terdahulu mengkategorikan para penggemar *figure skating* di luar negeri. Penelitian tersebut mendasarkan pada aktivitas di komunitas penggemar dan kecenderungan pemaknaan mereka akan olahraga *figure skating*.

Pada tipe penggemar berdasarkan aktivitas dalam komunitas, Fenton menuliskan dalam disertasinya bahwa terdapat enam tipe penggemar *figure skating* yakni *poster*, *reader*,

¹⁹ Henry Jenkins, et al., *Confronting the Challenges of Participation Culture: Media Education fro the 21st Century*, London, England: MacArthur, 2009, hlm. 8.

²⁰ Jenkins, et al., *Op.Cit.*, hlm. 5-6.

*reporter, avid fans, activist, dan watchdog*²¹. *Poster* adalah mereka yang menciptakan konten berkenaan dengan *figure skating* di dalam komunitas *online*. *Reader* adalah anggota yang aktivitas yang dilakukan hanya seputar pembacaan konten yang terdapat dalam komunitas. *Reporter* merupakan tipe penggemar yang memberikan informasi pada forum utamanya ketika terdapat perhelatan *event figure skating*²². *Avid fans* adalah mereka yang menggemari *figure skating* hingga ke beragam ranah dan tidak segan untuk memberikan pengetahuan yang dimiliki ke penggemar lainnya. *Watchdog* adalah mereka yang secara aktif mengawasi jalannya roda kehidupan olahraga *figure skating*.

Studi lain mendasarkan penggemar pada pemaknaan yang mereka bentuk didapatkan Kestnbaum dimana penggemar *figure skating* memiliki dua kecenderungan dalam memaknai olahraga tersebut yakni mereka yang memiliki fokus pada kemenangan *skater* ataupun mereka yang memiliki fokus pada aspek hiburan²³. Penggemar yang memiliki fokus pada kemenangan *skater* berpusat pada proyeksi kemenangan atlet pada perlombaan *figure skating* sehingga lebih mengutamakan pada aspek-aspek penjurian dan teknik. Sedangkan mereka yang berfokus pada aspek hiburan cenderung menemukan penilaian estetika dari penampilan *figure skating* dan merasa terhibur dengan tontonan tersebut.

Metode dan Prosedur Penelitian

Pendekatan dan Fokus Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang memiliki dua tujuan utama yaitu menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) serta menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*)²⁴. Dimana pendekatan kualitatif ini memiliki perhatian lebih pada bagaimana memahami bentuk dan fungsi fenomena melalui interaksi dengan subyek sehingga tepat untuk memahami tingkah laku dan budaya partisipasi pada kelompok penggemar atlet *figure skating*.

²¹ Ibid.

²² Fenton, *Op.Cit*, hlm. 349.

²³ Ellyn Kestnbaum, 2003, *Culture on Ice: Figure Skating & Cultural Meaning*, Middletown, Connecticut: Wesleyan University Press.

²⁴ M. D. Ghony & F. Almanshur, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-ruzz Media, hlm. 29.

Penelitian ini mengkaji perilaku penggemar dalam berpartisipasi di ranah komunitas *online* melalui perspektif *cultural studies* dengan menggunakan metode *netnography*. Perspektif *cultural studies* merupakan perspektif yang menekankan pada arti penting makna atau interpretasi²⁵. Sedangkan metode *netnography* digunakan untuk menilai komunitas *online* dan memberikan pemahaman akan perilaku alami manusia dimana dalam hal ini yakni para anggota komunitas *online* sebagai penggemar²⁶. *Netnography* dipilih oleh peneliti karena menjadi bentuk metode yang tepat untuk menggambarkan secara mendalam studi budaya yang terhubung dalam komunitas *online* utamanya mengenai analisis dari konten aktual *computer-mediated communication* (CMC)²⁷ dari *group chat* penggemar.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian secara *online* (jejaring sosial Line) dikarenakan sasaran penelitian adalah anggota komunitas *online* penggemar atlet olahraga *figure skating* Indonesia yang memiliki berbagai latar belakang demografis. Tidak hanya batasan dari latar belakang demografis, lokasi penelitian ditetapkan dalam tataran *online* dikarenakan untuk mengobservasi secara langsung aktivitas produksi dan konsumsi dalam komunitas *online* “yuzuruID” yang dilakukan oleh anggota komunitas. Hal tersebut juga dikaitkan dengan pemaknaan serta budaya partisipasi yang mereka bangun dalam jejaring sosial tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada metode *netnography* sebagaimana penjelasan Kozinets bertumpu pada interaksi yang dilakukan peneliti dengan anggota-anggota suatu bentuk budaya atau komunitas²⁸. Dalam menjalankan interaksi ini peneliti terlebih dahulu bergabung sebagai anggota dan turut berpartisipasi serta aktif mengamati segala kegiatan yang terjadi di dalamnya. Partisipasi peneliti ini merupakan bentuk dari pengalaman terlibat²⁹ dimana

²⁵ Chris Barker, 2004, *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.hlm. 36.

²⁶ R. V. Kozinets, 2010, *Netnography: Doing ethnography research online*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

²⁷ G. M. Jr. Bowler, 2010, Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online, *The Qualitative Report*, 15(5).

²⁸ Kozinets, *Op.Cit.*, hlm. 95.

²⁹ Burhan Bungin, 2007, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

dianggap metode yang tepat bila dikaitkan dengan komunitas penggemar yang biasanya memiliki sifat tertutup, sekretif, protektif, dan sulit ditembus oleh pihak yang bukan anggota (*outsider*)³⁰.

Peneliti juga melakukan pengumpulan data yang berlandaskan pada metode *netnography* sebagaimana *archival data*, *elicited data*, dan *field note*³¹. Pada jenis *archival data* peneliti melakukan *screen capture* selama dua minggu. Untuk jenis *elicited data* peneliti berkolaborasi dengan anggota tipe *devotee* dan *insiders* melalui *online interview* dan *online focus group discussion*. Peneliti juga menulis hasil observasi mengenai komunitas *online*, interaksi dan makna, serta partisipasi anggota selama penelitian berlangsung dalam *field note*.

Teknik Pengolahan Data

Studi yang menggunakan penelitian *netnography* merujuk pada proses analisis data penelitian kualitatif dari Miles dan Huberman. Proses analisis dan interpretasi tersebut telah di adaptasi sesuai dengan kebutuhan *netnographer* ini memiliki enam tingkatan³² yakni *Coding*, *Noting*, *Abstracting and Comparing*, *Checking and Refinement*, *Generalizing*, dan *Theorizing*.

Analisis dan Interpretasi Data

Perilaku Partisipasi Penggemar *Figure Skating* di Komunitas *Online*

Karakteristik partisipasi para penggemar yang tergabung dalam komunitas *online* yuzuruID sebelumnya telah diterangkan oleh Henry Jenkins sebagaimana bentuk-bentuk yang terdiri dari afiliasi, ekspresi, kolaborasi, dan sirkulasi³³.

Afiliasi (Keanggotaan Penggemar dalam Komunitas)

Awal masuknya para penggemar *figure skating* ke dalam komunitas *online* yuzuruID pada awalnya di landasi oleh berbagai alasan. Dari data yang di dapat, ada yang bergabung karena ajakan orang yang dikenal dan ada pula yang bergabung dengan kemauan sendiri,

³⁰ Resty Aditya Wardani, 2012, *Konsumsi dan Produksi dalam Budaya Penggemar: Studi Kasus Komunitas Penggemar Kpop "Cassiopeia Surabaya"*, Surabaya: Universitas Airlangga. (Thesis).

³¹ Kozinets, *Op.Cit.*, hlm. 98.

³² Matthew B. Miles & Michael Huberman A., 1994, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook, 2nd edition*, Thousand Oaks, CA: Sage, hlm. 9, dalam Kozinets, 2010, *Op.Cit.*, hlm. 119.

³³ Jenkins et al, *Loc.Cit.*

sebagaimana di penggemar komik dalam penelitian Mardiana³⁴. Penggemar juga mengatakan bahwa dengan bergabungnya mereka dalam komunitas *online* nantinya mereka akan memiliki teman sesama penggemar *figure skating* dimana usaha tersebut sesuai dengan tulisan Wann & Branscombe bahwa individu yang menyukai tim olahraga akan memiliki keinginan untuk dekat dengan sesama penggemar³⁵. Di sisi lain, ditemukan data mengenai penggunaan komunitas yuzuruID oleh penciptanya untuk *sharing* mengenai Yuzuru Hanyu dan juga *figure skating* dengan sesama penggemar Indonesia, dimana termasuk kategori *fan-initiated communities* yakni tipe komunitas yang dibangun secara suka rela oleh penggemar dan menyediakan informasi yang menguntungkan bagi para penggemar lain³⁶.

Ekspresi (Produksi Konten Kreatif Penggemar)

Fenomena atau bahasan yang di angkat pada grup yuzuruID, seringkali menjadikan penggemar secara aktif menciptakan hal-hal baru. Hal ini sebagaimana yang di ungkapkan oleh beberapa data penelitian, dimana terdapat variasi konten yang diciptakan penggemar selama berinteraksi di yuzuruID. Selama masa interaksi tersebut, penggemar menciptakan konten kreatif *figure skating* mulai dari *fan fiction*, *fan art* dan penciptaan *meme* yang bahan dan idenya di diskusikan satu sama lain. Aktivitas penggemar yang saling memberikan ide dan penciptaan *meme* yang terinspirasi dari ide bersama tersebut merupakan bentuk budaya di era digital mengenai keterlibatan dan keterbukaan ekspresi penggemar dalam menciptakan, *sharing*, kepercayaan serta kontribusi antar penggemar dalam komunitas³⁷.

Kolaborasi (Pemecahan Masalah dalam Komunitas)

Pada *event* akbar sebagaimana *winter Olympics*, penggemar akan aktif memenuhi kebutuhan *figure skating* mereka. Namun, kebutuhan ini tidak selalu dapat dipenuhi oleh para

³⁴ Mardiana, *Op.Cit.*, hlm. III-26.

³⁵ D. L. Wann & N. R. Branscombe, 1993, Sport Fans: Measuring Degree of Identification with Their Team, *International Journal of Sport Psychology*, vol. 24, hlm. 1-17 dalam Rofi & El Hami, *Op.Cit.*, hlm. 2.

³⁶ Jang Hee Hyoung, Lorne Olfman, Ko Ilsang, Joon Koh, dan Kim Kyungtae, 2008, The influence of on-line brand community characteristics on community commitment and brand loyalty. *International Journal of Electronic Commerce* 12(3): 57-80, dalam Masayuki Yoshida, Brian Scott Gordon, Jeffrey D. James, dan Bob Heere, 2015, Sport fans and their behavior in fan communities, *Sports management and sports humanities*.

³⁷ Jenkins, et al., *Op.Cit.*, hlm. 5-6.

penggemar di yuzuruID dengan berbagai alasan. Maka dari itu, pemecahan masalah dalam komunitas adalah jalan bagi penggemar untuk mengatasi hal tersebut, sebagaimana penyelesaian sebuah tugas yang disebut Jenkins bentuk kolaborasi pemecahan masalah³⁸.

Selama penggalian data ditemukan adanya berbagai pertanyaan dan diskusi antar anggota yang menasar pada strategi untuk menyaksikan *event figure skating*. Salah satunya ditemukan pada *chat* pendiri komunitas *online* yuzuruID yang mencantumkan beragam tautan *streaming* sekaligus ringkasan jadwal *closing ceremony 2018 Pyeongchang Olympic*. Sayangnya, masih terdapat penggemar yang kecewa karena tidak dapat menonton sehingga berujung dengan permintaan dokumentasi *event* tersebut dan di sanggupi oleh penggemar lain yang merekam *event* tersebut. Serta dengan *live streaming event figure skating* di yuzuruID.

Sirkulasi (Pembentukan Aliran Media Penggemar)

Pada aspek sirkulasi, hasil observasi dan wawancara menemukan bahwa para penggemar di yuzuruID mempergunakan berbagai cara untuk membagikan hal yang mereka senang ke wilayah yang lebih luas. Salah satu hal yang pasti adalah dengan akun resmi Line yang merujuk pada kegiatan *event report*³⁹.

Disamping penggunaan jejaring sosial Line, ditemukan pula penggemar yang menggandeng anggota komunitas *online figure skating* internasional untuk membentuk sebuah akun instagram khusus. Akun tersebut di fungsikan sebagai arsip *meme figure skating*. Pembentukan ini sesuai dengan keterangan Jenkins mengenai penggemar yang mampu menciptakan jaringan yang berguna untuk wadah sirkulasi hasil karya⁴⁰.

Ditemukan pula penggemar yang mengunggah terjemahan bahasa inggris dari artikel *figure skating* koran Indonesia dalam sebuah *fanbase* internasional penggemar Yuzuru Hanyu. Penyebaran terjemahan artikel *figure skating* dari media massa Indonesia ini merupakan bagian dari budaya konvergen yang mendorong seseorang mampu membuat koneksi antara isi media yang tersebar sehingga memungkinkan mereka sebagai penggemar untuk mengarsip atau menyirkulasikan konten yang berhubungan dengan obyek kesukaan⁴¹.

³⁸ Jenkins et al, *Loc.Cit.*

³⁹ Fenton, *Op.Cit.*, hlm. 349.

⁴⁰ Jenkins, *Op.Cit.*, hlm. 23.

⁴¹ Jenkins, *Loc.Cit.*

Aktivitas Produksi Penggemar *Figure Skating*

Produktivitas Semiotik (*semiotic productivity*)

Cara pandang pertama yang ditemukan berhubungan dengan skandal *figure skating* yang berkaitan dengan teknik penjurian ataupun nasionalitas *skater*. Istilah semisal *inflation*⁴² (penambahan nilai yang diungkapkan penggemar sebagai bentuk ketidakwajaran) ataupun *rossianflation* (bentuk ungkapan bahwa adanya keistimewaan status Rusia dalam penilaian *figure skating*) pun tidak terelakkan⁴³. Skandal dalam dunia *figure skating* tersebut pernah didapatkan oleh Fenton pada *Salt Lake City Olympic* dimana seorang juri asal Prancis mengaku ditekan untuk memberikan nilai yang tinggi pada pasangan *skater* asal Rusia⁴⁴. Pemaknaan mengenai skandal yang terjadi dalam dunia *figure skating* sendiri sejujurnya merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh penggemar.

Bukan hanya sekedar memberikan evaluasi dari segi jalannya kompetisi *figure skating*, para penggemar Indonesia juga ditemukan turut menciptakan konsensus akan *performance figure skating* yang sesungguhnya. Konsensus tersebut peneliti simpulkan berhubungan dengan keseimbangan seluruh aspek yang terdapat pada *figure skating* ketika menampilkan program *skating* kepada khalayak. Hal ini sendiri merujuk pada kekompleksan olahraga tersebut yang mana dalam menentukan pemenang dalam suatu pertandingan perlu melihat elemen teknis (seperti *jumps* dan *spins*) dan elemen artistik (seperti seberapa baik *skater* menginterpretasikan musiknya dalam suatu penampilan)⁴⁵.

Produktivitas Ucapan (*enunciative productivity*)

Jenis produksi ini merupakan tingkatan lanjutan dari produktivitas semiotik dikarenakan adanya suatu bentuk pengungkapan dari makna semiotik yang terdapat pada diri penggemar⁴⁶. Pada komunitas penggemar *figure skating* yang diteliti, jenis produksi ini

⁴² Dari hasil interaksi di grup yuzuruID pada 12 Februari 2018 mengenai nasib *score PCS (presentation)* yang mungkin akan dinaikkan kepada *skater* tertentu.

⁴³ Dari hasil interaksi antar anggota di grup yuzuruID pada 16 Februari 2018 ketika terdapat *skater* dengan penampilan yang secara estetika indah (contoh Adam Rippon dan Misha Ge) namun mendapatkan nilai presentasi yang lebih kecil dibandingkan *skater* lain berkewarganegaraan Rusia (contoh Dmitri) yang dianggap tidak seindah presentasi *skater* sebelumnya.

⁴⁴ Stacy E. Lom, 2013, "*Sometimes Less is More*": *The Development and Effects of Evaluative Cultures*, Disertasi, Illinois: Northwestern University, hlm. 12.

⁴⁵ Lom, *Op.Cit.*, hlm. 39.

⁴⁶ Jenkins, dalam Wardani, *Op.Cit.*, hlm. 75.

nampak dari adanya aktivitas diskusi penggemar dalam komunitas yuzuruID yakni *group call*, *group video call* ataupun pada saat *meet up*. Pada saat *group call* dan *group video call* pembicaraan masih berpusat pada nama grup yakni seputar atlet *figure skating* asal Jepang yakni Yuzuru Hanyu. Sedangkan pada aktivitas *offline* yakni *meet up*, pembicaraan mulai merambah lebih luas, sebagaimana masa depan *skater* Indonesia, Yuzuru Hanyu, dan *figure skating*. Ketiga aktivitas tersebut merupakan contoh produktivitas ucapan dari Fiske dimana para penggemar melakukan pembahasan seputar obyek yang mereka senangi⁴⁷.

Produktivitas Tekstual (*textual productivity*)

Jenis produksi ini dilakukan penggemar *figure skating* dalam beragam bentuk *fan-work* semisal *fan-letter*, *fan-fiction*, *fan-art*, bahkan *meme*. Dari hasil penelitian hampir semua informan menyatakan pernah melakukan penciptaan kreativitas tersebut. Pada penciptaan *fan fiction* penggemar *figure skating* peneliti temukan berusaha untuk menyamai kriteria yang dimiliki oleh karya fiksi budaya tinggi yang sejalan dengan pernyataan Fiske bahwa budaya penggemar merupakan salah satu respon kultur atas budaya tinggi⁴⁸. Terdapat pula temuan bahwa penggemar menciptakan *fan-letter* dimana merupakan produktivitas tekstual yang berwujud material yang memiliki kerumitan dan kreativitas di dalamnya⁴⁹. Untuk penciptaan *fan art* sendiri, terdapat dua jenis yakni digital dan *non-digital*. Penciptaan *fan art* ini berkaitan erat dengan penciptaan artistic dan kreatif yang mengambil wujud budaya tinggi ataupun *mainstream* sebagai patokannya sebagaimana poster film, karikatur, dan *digital art*⁵⁰.

Aktivitas Konsumsi Penggemar *Figure Skating*

Penggemar *figure skating* yang tergabung dalam komunitas *online* yuzuruID melakukan berbagai aktivitas konsumsi mengenai objek kecintaan mereka. Dari hasil penggalian data selama penelitian, mereka melakukan aktivitas ini baik secara kolektif maupun personal. Konsumsi ini sebagaimana digolongkan oleh Jenkins dalam dua aspek yakni konsumsi objek materil dan objek non materil⁵¹:

⁴⁷ Jenkins, *Loc.Cit.*

⁴⁸ Fiske, 1989, *Op.Cit.*

⁴⁹ Wardani, *Op.Cit.*, hlm. 94.

⁵⁰ Jenkins, *Loc.Cit.*

⁵¹ *Ibid.*

Pada konsumsi objek materil penggemar didapati membeli majalah, *merchandise*, *skating apparel*, bahkan barang-barang yang di sponsori oleh atlet *figure skating* kesukaan mereka. Konsumsi material penggemar yang ditemukan mayoritas berpusat pada barang-barang dengan tema atlet favorit mereka. Temuan tersebut merupakan bentuk *performative consumption* yakni konsumsi yang berhubungan dengan idola penggemar⁵². Lebih lanjut, konsumsi juga dilakukan penggemar meskipun obyek konsumsi tidak bertemakan *figure skating* contoh kalung Phiten dan permen Xylitol. Tidak hanya itu ditemukan juga data yang memperlihatkan adanya konsumsi *fan-work* atlet *figure skating*⁵³.

Untuk konsumsi imateril para penggemar *figure skating* dalam penelitian ditemukan melakukan konsumsi berupa informasi, pengetahuan, dan hal-hal yang memberikan kepuasan dan kenikmatan sebagaimana klasifikasi Jenkins⁵⁴. Informasi mengenai *figure skating* yang dibutuhkan terlihat dilakukan oleh para penggemar di Indonesia dengan pencarian di internet, jejaring sosial atlet, maupun dari komunitas penggemar yang mereka ikuti.

Para penggemar Indonesia dalam mendapatkan informasi mengenai *figure skating* didapati memanfaatkan keberadaan internet dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka, salah satunya *update* informasi dari Website/Blog *skater*. Temuan ini didapatkan dari alasan penggemar yang meng*update* berita dari website *skater* untuk mencari informasi *skater*. Pencarian tersebut sebagaimana temuan Fenton bahwa penggemar mempelajari *skater* dengan membaca website *skater* tersebut⁵⁵.

Pemburuan informasi *figure skating* di berbagai jejaring sosial juga nampak dalam hasil penelitian dimana penggemar mengikuti akun resmi atlet *figure skating*, para pengamat, maupun akun khusus *figure skating*. Penggunaan hastag juga turut dilakukan oleh penggemar di yuzuruID. Penggunaan jejaring sosial sebagaimana yang ditemukan pada setiap informan sebagaimana tulisan Ballouli dan Hutchinson yang menerangkan bahwa keberadaan media sosial sendiri penting pada masyarakat karena di sanalah mereka mendapatkan informasi⁵⁶.

⁵² M. Hills, 2002, *Fan Cultures*, London: Routledge.

⁵³ karya seni yang diciptakan oleh para penggemar

⁵⁴ Jenkins, *Loc.Cit.*

⁵⁵ Fenton, *Op.Cit.*, hlm. 97.

⁵⁶ Khalid Ballouli & Michael Hutchinson, 2010, Digital-Branding and social-media strategies for professional athletes, sport teams, and leagues: An interview with Digital Royalty's Army Martin, *International Journal of Sport Communication*, 3(1), 395-401.

Aktivitas konsumsi lain yang di dapati dilakukan oleh para penggemar *figure skating* Indonesia adalah mempelajari teknik *figure skating*, sebagaimana tulisan Kestnbaum dimana penggemar belajar untuk mengidentifikasi elemen *skating*⁵⁷. Penggemar lain didapati pula mengembangkan keahlian berpikir kritisnya pada juri, pengamat, bahkan induk organisasi *figure skating* sebagaimana penjelasan Kestnbaum bahwa penggemar mengembangkan pengetahuan akan juri maupun mencurigai para ahli⁵⁸. Pembelajaran non-digital juga ditemukan pada beberapa penggemar yang menggeluti praktek *figure skating* sebagaimana ditulis Kestnbaum bahwa *skating* adalah cara terbaik untuk mempelajari *figure skating*⁵⁹. Terdapat pula penggemar menambah *ballet* sebagai caranya untuk belajar dimana *Ballet* sendiri merupakan salah satu bentuk tarian yang beberapa posisi gerakannya masuk dalam ranah terminologi *ice dancing*⁶⁰.

Perilaku konsumsi yang dilakukan penggemar juga didapati dilakukan untuk mencari kepuasan dan kenikmatan didalamnya. Hal ini sebagaimana pernah di terangkan oleh Jenkins bahwa dengan mengkonsumsi ulang teks budaya yang di tawarkan oleh objek kesukaan penggemar, maka kepuasan dan kenikmatan puncak dapat teraih oleh diri penggemar tersebut⁶¹. Penggemar didapati menonton kompetisi secara langsung. Usaha mereka ini sebagaimana tulisan Crawford dimana siapapun yang mengikuti olahraga dapat melibatkan diri dalam pola konsumsi salah satunya menghadiri *event* olahraga secara langsung⁶². Beberapa dari mereka ditemukan mencoba menerapkan gerakan *figure skating* di sela-sela kesibukan mereka. Pembelajaran *figure skating* yang diterapkan oleh penggemar dengan cara rekreasional sejalur dengan pernyataan Baudrillard dimana ketiga penggemar mengkonsumsi *skating* dikarenakan nilai tanda⁶³.

⁵⁷ Kestnbaum, *Loc.Cit.*, dalam Fenton, *Op.Cit.*, hlm. 393.

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Kestnbaum, *Op.Cit.*, hlm. viii.

⁶⁰ Andree Grau, *Figure Skating and the Anthropology of Dance: The Case of Oksama Domnina and Maxim Shabalin*, *Anthropological Notebooks* 16(3), 2010, hlm. 41.

⁶¹ Jenkins, *Op.Cit.*, hlm. 70.

⁶² Crawford, 2004, hlm. 48.

⁶³ Dalam Feathersone, *Loc.Cit.*

Pemaknaan Penggemar *Figure Skating* di Komunitas yuzuruID

Pada saat *on-season* atau pertandingan berlangsung maka otomatis suasana akan jatuh pada ideologi olahraga, dimana bersinggungan dengan pembentukan fakta denotatif-siapa *skater* yang lebih baik⁶⁴. Keseluruhan yang di lihat, dengar, dan rasakan oleh penggemar sebagai penonton akan menjadi sebuah simbol bagaimana ideologi mereka akan penampilan *figure skating*, terutama ketika dihadapkan dengan *skater* kesukaan mereka⁶⁵. Hal ini menjadikan para penggemar tidak jarang terlena untuk mendukung siapapun yang berpotensi untuk memenangkan pertandingan. Hal ini sendiri ditemukan dalam aktivitas *online* penggemar dimana tidak jarang muncul harapan penggemar ketika terdapat *skater* yang di idolakan bertanding atau terdapat penampilan *skater* yang menurutnya dapat memenangkan pertandingan pada *event* tersebut.

Masing-masing penggemar akan menginterpretasikan sebuah penampilan dengan berbeda meskipun kecil, hal ini didasarkan pengetahuan teknik dan pelatihan terkini *skating*, literasi budaya yang luas, khususnya berkaitan dengan musik dan dasar *style* dalam gerakan; dan prioritas tentang detail yang diperhatikan dan cara menghargainya⁶⁶. Penonton yang menerima *skating* sebagai hiburan atau estetika ini mungkin memiliki sedikit pengetahuan teknis dan prosedur *skating* yang kemudian mendorong mereka membaca setiap program berdasarkan strategi interpretatif yang ditampilkan dari bentuk seni atau hiburan lainnya⁶⁷.

Terdapat pula penggemar yang menekankan pada aspek kritikal terhadap aspek ketidakadilan yang terjadi dalam penyelenggaraan *event figure skating*. Kasus ini sendiri pernah muncul dimana sekelompok penggemar *figure skating* aktif melakukan aksi protes secara digital dan lapangan di daerah Washington, DC⁶⁸. Namun, berbeda dengan kasus tersebut, penggemar di Indonesia masih memasukkan hal tersebut dalam wilayah komunal mereka dalam artian kecurigaan mereka masih berada dalam ranah diskusi antar penggemar di grup yuzuruID.

⁶⁴ Kestnbaum, *Op.Cit.*, hlm. 23.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Kestnbaum, *Op.Cit.*, hlm. 24.

⁶⁷ Kestnbaum, *Op.Cit.*, hlm. 25.

⁶⁸ Fenton, *Op.Cit.*, hlm. iv.

Tipologi Penggemar *Figure Skating*

Berdasarkan keseluruhan hasil temuan penelitian, di dapatkan tipologi kultur partisipasi pada komunitas *online* penggemar *figure skating* Indonesia. Pengelompokan ini tentu tidak terlepas dari sisi proses munculnya kultur partisipasi yang dibangun oleh penggemar utamanya dari pemaknaan yang mereka miliki akan *figure skating*. Peneliti kemudian menemukan tiga tipe penggemar yakni penggemar yang memiliki partisipasi aktif sebagai pencari hiburan (*The entertainment seeker*), penggemar yang aktif menyampaikan berita ataupun pengetahuan mengenai *figure skating* (*The reporter*), maupun penggemar yang berpartisipasi aktif dalam mengkritik *figure skating* itu sendiri (*The critics*).

Penggemar dengan tipe partisipasi *the entertainment seeker* merupakan penggemar yang aktif berpartisipasi dan memaknai tindakan produksi dan konsumsi terhadap *figure skating* sebagai bentuk hiburan. *The entertainment seeker* sendiri merupakan istilah yang diambil dari kata *entertainment* yang berarti hiburan dan kata *seeker* yang berarti pencari. Konsep yang mendasari istilah tersebut peneliti adaptasi dari hasil pengamatan Kestnbaum pada penggemar yang memilih untuk menikmati *figure skating* sebagai bentuk hiburan dari dunia mereka atau mereka yang tertarik pada estetika yang ditampilkan oleh *skater* pada suatu penampilan⁶⁹. Tipe *the entertainment seeker* ini juga peneliti bentuk dikarenakan adanya motif konsumsi penggemar yang berupa pencarian hiburan⁷⁰. Dimana hiburan ini dirasakan penggemar dengan cara mengalami perasaan antisipasi, harapan, ketakutan, kehilangan, dan solidaritas kelompok⁷¹.

Penggemar dengan tipe partisipasi *the reporter* merupakan penggemar yang aktif berpartisipasi dan memaknai tindakan produksi dan konsumsi terhadap *figure skating* sebagai bentuk diseminasi informasi dan edukasi terhadap dunia *figure skating*. Istilah *reporter* sendiri memiliki karakteristik sebagai seseorang yang mengumpulkan informasi, memproduksi konten, mengamati *event*, orang pertama yang mengetahui informasi akan suatu hal⁷², sebagai disseminator informasi dan juga yang paling cepat dan tepat dalam

⁶⁹ Kestnbaum, *Op.Cit.*, hlm. 25.

⁷⁰ Stavros, et al, *Op.Cit.*, hlm. 457.

⁷¹ A. C. T. Smith & B. Steward, The traveling fan: Understanding the mechanisms of sport dan consumption in a sport tourism setting. *Journal of Sport & Tourism* 12(3-4), 2007, dalam Stavros, et al., *Loc.Cit.*

⁷² Celia A. Darrough, 2013, *How Relationships between Reporter and Editors Affect Productivity in the Newsroom*, University of Missouri-Columbia, *Thesis*, hlm. 6.

memberikan suatu kabar⁷³. Hal ini sama dengan temuan data dimana para informan adalah mereka yang merupakan *frontier* informasi terutama akan *event figure skating* yang berlangsung dan berita terkini, memproduksi konten di berbagai media yang ada, serta memiliki pengetahuan yang lebih pada berbagai aspek *figure skating*.

Penggemar dengan tipe partisipasi *the critics* merupakan penggemar yang aktif berpartisipasi dan memaknai tindakan produksi dan konsumsi terhadap *figure skating* sebagai bentuk pengawasan terhadap jalannya *figure skating*. Istilah *the critics* sendiri peneliti ambil dikarenakan *critics* merupakan orang yang akan memberikan penilaian subyektif terhadap suatu hal untuk informasi publik⁷⁴ serta akan memberikan informasi dan juga mengevaluasi suatu karya⁷⁵. Bila terdapat ketidakadilan yang terjadi pada *event* ataupun atlet *figure skating*, penggemar dalam tipe ini tidak segan-segan untuk mengomentari pihak yang bersangkutan di dalam komunitas *online* yuzuruID dengan segala argument dan data pendukung akan hal tersebut. Mereka akan memberikan komentar (*chat*) pada saat berita tersebut mereka ketahui, menonton produksi penggemar lain ataupun artikel yang mengangkat pembahasan tersebut, bahkan membentuk produksi digital yang menyuarakan ketidakadilan tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan, studi ini menyimpulkan bahwa perilaku partisipasi penggemar dalam komunitas *online* begitu beragam yang mana dalam interaksi pada komunitas yuzuruID terkait dengan produksi, konsumsi, serta pemaknaan mereka mengenai *figure skating* yang dilakukan penggemar. Berdasarkan hasil studi ini di dapatkan tiga penggolongan atau tipologi kultur partisipasi dalam komunitas *online* penggemar *figure skating* Indonesia yakni *The entertainment seeker*, *The reporter*, dan *The critics*.

⁷³ M. Deuze, 2005, What is journalism? Professional identity and ideology of journalist reconsidered, *Journalism* 6(4), hlm. 447.

⁷⁴ J. Elliashberg & S. Shugan, 1997, Filmcritics: Influencers or predictors? *J. Mark* 61(2).

⁷⁵ O. W. Wyatt & D. P. Badger, 1990, Effects of Information and Evaluation in Film Criticism, *Journal Quarterly* 67(2), dalam Stephane Debenedetti, 2006, The Role of Media Critics in the Cultural Industries, *International Journal of Arts Management*, hlm. 31.

Tabel Perbedaan Tipe *The Entertainment Seeker*, *The Reporter*, dan *The Critics*

Aspek	<i>The Entertainment Seeker</i>	<i>The Reporter</i>	<i>The Critics</i>
Bentuk Kultur Partisipasi yang dikembangkan	<p>-Menjadi anggota dalam beragam komunitas <i>online</i>, namun mereka hanya aktif berpartisipasi pada satu komunitas <i>online</i> yakni yuzuruID.</p> <p>-Kreasi yang diciptakan sebagai bentuk hiburan sekaligus bentuk solidaritas pada kelompok penggemar (yuzuruID).</p> <p>-Turut memberikan ide dan kooperatif dalam pemecahan masalah</p> <p>-Sirkulasi dilakukan melalui <i>link</i>, komentar dan diskusi.</p>	<p>-Menjalin afiliasi dalam banyak komunitas <i>online</i> untuk mendapatkan informasi yang bervariasi</p> <p>-Kreasi yang diciptakan sebagai bentuk dukungan terhadap atlet yang digemari.</p> <p>-Cenderung bertindak sebagai <i>leader</i> dalam pemecahan masalah</p> <p>-Sirkulasi yang dilakukan berupa penciptaan akun khusus, dokumentasi digital, dan juga pemindahan arsip grup ke arsip OA Line.</p>	<p>-Keanggotaan dalam komunitas <i>online</i> dilakukan sebagai upaya pencarian informasi dan saluran kritik terhadap <i>figure skating</i></p> <p>-Kreasi yang diciptakan turut dijadikan sebagai saluran kritik mereka.</p> <p>-Berkolaborasi dengan pemberian ide maupun perspektif yang sudah di kumpulkan dari beragam sumber untuk pemecahan masalah</p> <p>-Sirkulasi yang dilakukan berupa publikasi artikel (terjemahan)</p>
	Bentuk kultur partisipasi yang dikembangkan berupaya untuk memperoleh kebahagiaan diri maupun komunal dan sarana hiburan.	Bentuk kultur partisipasi yang dikembangkan utamanya berupa penyebaran informasi dan pengetahuan kepada sesama penggemar sekaligus berjejaring dengan penggemar lain.	Bentuk kultur partisipasi yang dikembangkan lebih aktif bilamana menyangkut ketidakwajaran yang terjadi di dunia <i>figure skating</i> .
	Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen dari konten yang ada pada komunitas.	Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen paling aktif dari konten-konten <i>figure skating</i> di komunitas/sumber	Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen aktif dari konten yang ada pada komunitas, terlebih bila berkaitan dengan

		lainnya.	sistem penjurian, induk/federasi <i>skating</i> , dan skandal penilaian.
Aktivitas Produksi dan Konsumsi dalam Kultur Partisipasi	Tindakan konsumsi dilakukan sebagai bentuk hiburan atau pelarian dari kehidupan nyata.	Tindakan konsumsi dilakukan sebagai bentuk dari pengetahuan dan juga hiburan.	Tindakan konsumsi dilakukan sebagai bentuk pengawasan akan jalannya ranah <i>figure skating</i> .
	Konsumsi yang dilakukan berupa majalah atlet kesukaan (tunggal) dan beragam informasi dan obyek digital akan <i>figure skating</i> .	Konsumsi yang dilakukan berskala luas baik itu berupa obyek materil, file digital, bahkan sebagai segala sesuatu yang nantinya akan membentuk pengetahuan.	Konsumsi yang dilakukan juga berupaya untuk menelusur ketidakwajaran dalam ranah <i>figure skating</i> dari berbagai sudut pandang.
	Aktivitas produksi dilakukan demi mendapatkan kebahagiaan pribadi maupun komunal, serta sebagai bentuk solidaritas kepada kelompok (yuzuruID).	Aktivitas produksi dilakukan untuk memperbaharui informasi <i>figure skating</i> kepada penggemar lain.	Aktivitas produksi cenderung lebih vocal ketika terdapat pembahasan ketidakwajaran yang terjadi pada momen <i>figure skating</i> yang dikonsumsinya.
Makna Partisipasi yang terbentuk	Partisipasi dimaknai sebagai bentuk pencarian hiburan bahkan pelarian diri dari stress kehidupan nyata. Penggemar tipe ini cenderung berpartisipasi dengan lebih aktif bilamana sedang berharap, merasa takut atau kehilangan, dan sedang mengantisipasi sesuatu. Hal ini khususnya terkait dengan atlet kesukaan penggemar.	Partisipasi dimaknai sebagai bentuk diseminasi informasi dan pengetahuan yang dimiliki kepada penggemar lain. Penggemar tipe ini akan berpartisipasi aktif secara terus menerus tanpa memandang jumlah konten yang dibagikan ataupun waktu pengunggahan bilamana informasi yang didapatkan berguna untuk	Partisipasi dimaknai sebagai bentuk pengawasan terhadap transparansi penyelenggaraan <i>figure skating</i> . Penggemar tipe ini cenderung akan berpartisipasi sangat aktif pada kasus yang berpusat pada skandal yang terjadi dari ISU, federasi <i>skater</i> , pelatih, bahkan juri.

		penggemar lain.	
--	--	-----------------	--

Daftar Pustaka

- Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ballouli, K., & Huntchinson, M. (2010). Digital-Branding and social-media strategies for professional athletes, sport teams, and leagues: An interview with Digital Royalty's Army Martin. *International Journal of Sport Communication*, 3(1), 395-401.
- Booth, P. (2009). *Digital Fandom, New Media Studies*. New York: Peter Lang.
- Bowler, G. M., Jr. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270-1275. Retrieved from <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR15-5/kozinets.pdf>
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Crawford, Garry. (2004). Consuming Sport: Fans, Sport and Culture. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* 6(2).
- Darrough, Celia A. (2013). *How Relationships between Reporter and Editors Affect Productivity in the Newsroom*. University of Missouri-Columbia. (Thesis).
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalist reconsidered. *Journalism* 6(4).
- Ellishberg, J. & Shugan, S. (1997). Film critics: Influencers or predictors?. *J. Mark* 61(2).
- Feathersone, Mike. (2008). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fenton, Roxane Lyn. (2007). *Circuits of Representation: Figure Skating and Cultural Meaning in U.S. Popular Culture*. University of California: Riverside. Dissertation. Available in ProQuest Information and Learning Company. (Dissertation)
- Firdausi, Jannatul. (2014). Peranan Modal Sosial Pada Perilaku Berbagi Informasi di Dalam Forum Sport: Futsal Kaskus Regional Surabaya. *Jurnal Libri-Net* 3(2).
- Fiske, John. (1989). *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Ghony, M. D. & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

- Grau, Anree. (2010). Figure Skating and the Anthropology of Dance: The Case of Oksama Domnina and Maxim Shabalin. *Anthropological Notebooks* 16(3)
- Hamilton, Scott. *Figure Skating*.
(Diakses melalui laman www.britannica.com/sports/figure-skating pada 18 Agustus 2017).
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Horne, J. (2006). *Sport in Consumer Culture*. New York: Palgrave Macmillan.
- Jang, et al. (2008). The influence of on-line brand community characteristics on community commitment and brand loyalty. *International Journal of Electronic Commerce* 12(3): 57-80
- Jenkins, Henry. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry, et al. (2009). *Confronting the Challenges of Participation Culture: Media Education for the 21st Century*. London, England: MacArthur.
- Jhalugilang, Paundra. (2012). *Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)*. Jakarta: Universitas Indonesia. (Thesis)
- Kestnbaum, Ellyn. (2003). *Culture on Ice: Figure Skating & Cultural Meaning*. Middletown, Connecticut: Wesleyan University Press.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnography research online*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lewis, Lisa A (ed.). (1992). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.
- _____. (2001). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge.
- Lom, Stacy E. (2013). "Sometimes Less is More": *The Development and Effects of Evaluative Cultures*. Evanston, Illinois: Northwestern University. (Dissertation)
- Mardiana, Ika. (2015). *Budaya Partisipasi (Participatory Culture) Pada Kelompok Penggemar Komik (Kajian Budaya Partisipasi Pada Komunitas Komik Bungkul Surabaya)*. Surabaya: Universitas Airlangga. (Skripsi).

- Melnick, Merrill J. (2010). *An Examination of Sport Fandom in Australia: Socialization, Team Identification, and Fan Behavior*. *International Review for the Sociology of Sport* 46(4). p. 456-470.
- Miles, Matthew B. & A., Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook, 2nd edition*. Thousand Oaks, CA: Sage,
- Rofi, Ainur & Azhar El Hami. (2016). Studi Deskriptif Mengenai Sport Consumption Pada Member BIGREDS Indonesia Official Liverpool Supporter Club. Repository Universitas Padjajaran.
- Smith, A. C. T. & Steward, B. (2007). The traveling fan: Understanding the mechanisms of sport dan consumption in a sport tourism setting. *Journal of Sport & Tourism* 12(3-4).
- Stavros, Constantino et al. (2014). Understanding fan motivation for interacting on social media, *Sport Management Review* 17(2014).
- Sugihartati, Rahma. (2017). Youth Fans of Global Popular Culture: Between Prosumer and Free Digital Labourer. *Journal of Consumer Culture* 0(0), p. 1-19.
- Wann, D.L & Branscombe, N.R. (1993). Sport Fans: Measuring Degree of Identification with Their Team. *International Journal of Sport Psychology* Vol. 24, hlm. 1-17.
- Wardani, Resty Aditya. (2012). *Konsumsi dan Produksi dalam Budaya Penggemar: Studi Kasus Komunitas Penggemar Kpop "Cassiopeia Surabaya"*. Surabaya: Universitas Airlangga. (Thesis)
- Wyatt, O. W. & Badger, D. P. (1990). Effects of Information and Evaluation in Film Criticism, *Journal Quarterly* 67(2).
- Yoshida, Masayuki, et al. (2015). Sport fans and their behavior in fan communities, dalam Konosue, Kayuzuki, et al, (eds). (2015) *Sports Management and Sport Humanities*. Tokyo: Springer, hlm. 89-102.