

DINAMIKA SOSIAL LOYALITAS PENGGEMAR PANJAT TEBING DI DUNIA MAYA: STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM

Aski Tenri Pakkua¹, Fhadil Nugraha², Sri Samawi³, Muh. Adnan Hudain⁴, Hasruddin Nur⁵

¹Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

²Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

³Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

⁴Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

⁵Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

INFO ARTIKEL

Penulis Korespondensi:

Hasruddin Nur

E-mail address:

hasruddin.nur@unm.ac.id

ABSTRACT

Introduction. The development of social media has transformed the ways in which sports communities build relationships and sustain fan support. Instagram functions not only as an information medium but also as a space for social interaction that enables the formation of digital fan loyalty. This study aims to examine the social dynamics of sport climbing fan loyalty in cyberspace through a case study of the Instagram account @fptibone. The research employs a qualitative approach with a case study design. Data were collected through online observation of posts and interactions on the @fptibone Instagram account, as well as semi-structured interviews with the account administrator, athletes, organizational officials, and active followers. Data analysis was conducted using thematic analysis with triangulation of methods and sources. The findings indicate that fan loyalty is formed through four main dimensions: affective, participatory, identity-based, and normative loyalty. These forms of loyalty are influenced by content consistency, emotional closeness to athletes and the local community, and two-way interactions between the account and its followers. Furthermore, fan loyalty is reproduced through social mechanisms such as the strengthening of collective identity, the diffusion of supportive behaviors among followers, and the normalization of digital support as a legitimate form of community participation. This study highlights the important role of social media in building and maintaining local sports fan loyalty in the digital era.

Keywords: Social Media; Instagram; Rock Climbing

ABSTRAK

Pendahuluan. Perkembangan media sosial telah mengubah cara komunitas olahraga membangun relasi dan mempertahankan dukungan penggemar. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terbentuknya loyalitas penggemar secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika sosial loyalitas penggemar panjat tebing di dunia maya melalui studi kasus akun Instagram @fptibone. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring terhadap unggahan dan interaksi di akun Instagram @fptibone serta wawancara semi-terstruktur dengan pengelola akun, atlet, pengurus organisasi, dan pengikut aktif. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dengan triangulasi teknik dan sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas penggemar terbentuk dalam empat bentuk utama, yaitu loyalitas afektif, partisipatif, identitas, dan normatif. Loyalitas tersebut dipengaruhi oleh konsistensi konten, kedekatan emosional dengan atlet dan komunitas lokal, serta interaksi dua arah antara akun dan pengikut. Selain itu, loyalitas direproduksi melalui mekanisme sosial berupa penguatan identitas kolektif, penalaran pola dukungan antar-pengikut, dan normalisasi dukungan digital sebagai bentuk partisipasi komunitas. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun dan memelihara loyalitas penggemar olahraga lokal di era digital.

Kata Kunci: Media Sosial; Instagram; Panjat Tebing

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan membangun relasi sosial. Interaksi yang sebelumnya dominan berlangsung di ruang fisik kini banyak berpindah ke ruang virtual melalui platform media sosial. Media sosial bukan sekadar kanal berbagi informasi, tetapi telah menjadi ruang sosial

tempat individu dan kelompok membentuk identitas, menegosiasikan makna, serta memperlihatkan afiliasi mereka secara terbuka kepada publik. Perubahan ini membuat “dunia maya” layak dipahami sebagai arena sosial yang memiliki pola interaksi, norma, dan dinamika tersendiri (Kristina et al., 2022).

Perubahan tersebut juga berdampak pada ranah olahraga. Dalam perspektif sosiologi olahraga, olahraga tidak hanya dilihat sebagai aktivitas fisik, melainkan sebagai fenomena sosial yang melibatkan interaksi antarmanusia, relasi kelompok, nilai, simbol, serta struktur sosial yang memengaruhi perilaku pelaku olahraga maupun penontonnya. Modul/bahan ajar sosiologi olahraga menegaskan bahwa kegiatan olahraga pada dasarnya juga merupakan kegiatan sosial karena di dalamnya terjadi hubungan dan interaksi sosial, baik individu maupun kelompok (Adi & Mu’arifin, 2001).

Seiring digitalisasi, ekosistem olahraga mengalami pergeseran cara produksi dan distribusi informasi. Organisasi olahraga, komunitas, atlet, hingga penonton memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan agenda, membangun citra, serta menjaga keterhubungan dengan publik. Instagram, khususnya, menjadi medium yang kuat karena berbasis visual dan interaktif: pengelola akun dapat menampilkan dokumentasi kegiatan, sedangkan audiens dapat merespons secara cepat lewat komentar, tanda suka, dan berbagi ulang. Penelitian di Indonesia menunjukkan Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media informasi bagi penggemar olahraga melalui konten yang disajikan serta pola pemanfaatan fitur platform (Naufal et al., 2023).

Dalam situasi tersebut, konsep loyalitas penggemar menjadi penting. Loyalitas tidak hanya bermakna “menyukai”, tetapi dapat tercermin pada konsistensi dukungan, keterikatan emosional, dan keterlibatan berkelanjutan terhadap aktivitas olahraga atau komunitas yang diikuti. Pada olahraga populer, studi-studi komunikasi olahraga menunjukkan media sosial membuka peluang penggemar membangun ikatan emosional melalui akses konten, interaksi, dan pengalaman personal yang menumbuhkan keterlibatan serta kecenderungan loyal (Abidin, 2025).

Namun, loyalitas penggemar di ruang digital tidak bersifat statis. Ia terbentuk melalui proses sosial yang terus bergerak: solidaritas bisa menguat ketika penggemar saling mengafirmasi dukungan, tetapi perbedaan penafsiran, kritik, atau ketegangan juga dapat muncul melalui percakapan dan kolom komentar. Karena itu, loyalitas penggemar perlu dipahami sebagai dinamika sosial hasil dari negosiasi makna, identitas kolektif, dan pola interaksi yang berulang dalam komunitas online. Kajian tentang sosiologi olahraga di Indonesia juga menekankan pentingnya melihat olahraga dalam kaitannya dengan identitas dan dinamika sosial yang berkembang mengikuti perubahan zaman, termasuk pengaruh teknologi (Saputra & Latola, 2025).

Untuk membaca dinamika sosial di dunia maya secara lebih mendalam, pendekatan kualitatif seperti netnografi relevan digunakan. Netnografi membantu peneliti menangkap budaya dan perilaku komunitas online melalui jejak digital misalnya unggahan, komentar, dan pola partisipasi serta mengelompokkan data menjadi data arsip, data hasil elisitasi, dan catatan lapangan. Dengan demikian, netnografi memungkinkan analisis mengenai bagaimana komunitas online membangun norma, solidaritas, dan bentuk-bentuk loyalitas di platform media sosial (Kristina et al., 2022).

Panjat tebing (*sport climbing*) sebagai cabang olahraga yang berkembang di berbagai daerah juga berada dalam arus transformasi digital ini. Di tingkat lokal, akun media sosial organisasi atau komunitas olahraga dapat berfungsi sebagai pusat komunikasi: menyebarkan informasi latihan dan kompetisi, menampilkan prestasi, sekaligus menjadi ruang pertemuan virtual bagi pendukung. Pengalaman berbagai penelitian tentang akun olahraga di Instagram menunjukkan bahwa platform ini efektif membangun keterhubungan audiens melalui konten dan interaksi yang konsisten (Naufal et al., 2023).

Bertolak dari latar tersebut, artikel ini mengkaji “Dinamika Sosial Loyalitas Penggemar Panjat Tebing di Dunia Maya: Studi Kasus Akun Instagram @fptibone”. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana loyalitas penggemar/pendukung panjat tebing dikonstruksi dan diekspresikan melalui interaksi di akun @fptibone misalnya bentuk dukungan yang muncul, pola respons pengikut terhadap unggahan kegiatan, serta cara identitas komunitas diperkuat di ruang digital. Dengan kerangka sosiologi olahraga dan pembacaan terhadap praktik komunikasi di media sosial, artikel ini diharapkan memperkaya pemahaman tentang bagaimana olahraga lokal membangun dan memelihara komunitas pendukung di era digital (Adi & Mu’arifin, 2001).

Metode

Metode penelitian dalam artikel ini dirancang untuk memahami secara mendalam dinamika sosial loyalitas penggemar panjat tebing di dunia maya melalui studi kasus akun Instagram @fptibone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena berfokus pada pengungkapan makna, proses sosial, dan pola interaksi yang terbentuk dalam komunikasi digital antara pengelola akun dan pengikutnya. Pendekatan kualitatif dipandang tepat untuk menggali pengalaman, persepsi, serta makna subjektif yang tidak dapat diukur secara numerik, tetapi muncul dalam praktik interaksi sosial di media sosial (Hadi, 2020).

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif, dengan menempatkan akun Instagram @fptibone sebagai konteks penelitian yang dikaji secara mendalam. Studi kasus memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara holistik dan kontekstual,

khususnya bagaimana interaksi daring merefleksikan pola relasi, norma komunitas, dan ekspresi loyalitas penggemar dalam lingkungan digital yang spesifik.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring dan wawancara semi-terstruktur. Observasi daring dilakukan dengan mengamati aktivitas akun Instagram @fptibone dalam periode tertentu, meliputi unggahan foto dan video, teks keterangan (*caption*), serta respons pengikut berupa komentar, tanda suka, dan simbol digital lainnya. Observasi ini bertujuan menangkap pola interaksi, bentuk dukungan, dan ekspresi loyalitas penggemar yang muncul secara alami di platform Instagram. Pendekatan ini sejalan dengan praktik netnografi yang digunakan untuk menelaah budaya dan perilaku komunitas virtual (Muntu et al., 2021).

Selain observasi, penelitian ini juga melibatkan wawancara semi-terstruktur dengan informan yang dipilih secara purposif, yaitu pengelola akun dan pengikut akun yang aktif berinteraksi. Wawancara bertujuan menggali pengalaman, motivasi, serta makna keterlibatan informan dalam komunitas panjat tebing di media sosial, sehingga melengkapi data hasil observasi (UPI, 2024).

Data dianalisis menggunakan analisis tematik kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penafsiran. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik dan sumber, dengan membandingkan temuan observasi dan wawancara. Dengan metode ini, penelitian diharapkan menghasilkan pemahaman yang kredibel mengenai loyalitas penggemar panjat tebing dalam ruang digital.

Hasil

A. Bentuk-Bentuk Loyalitas Penggemar Panjat Tebing di Akun Instagram @fptibone

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa bentuk utama loyalitas penggemar panjat tebing yang termanifestasi dalam interaksi digital pada akun Instagram @fptibone. Temuan diperoleh melalui observasi daring terhadap unggahan dan kolom komentar akun, serta wawancara mendalam dengan partisipan yang terlibat dalam ekosistem akun, meliputi pengelola akun (1 orang), pengurus/anggota organisasi (2 orang), atlet panjat tebing (2 orang), serta pengikut aktif (5 orang) yang secara rutin berinteraksi melalui komentar, tanda suka, dan pembagian ulang konten.

Kategori pertama yang tampak dominan ialah loyalitas afektif, yaitu keterikatan emosional pengikut terhadap atlet, organisasi, dan identitas "FPTI Bone" yang diungkap melalui komentar dukungan dan ekspresi kebanggaan. Pada unggahan yang menampilkan latihan dan persiapan kejuaraan, kolom komentar umumnya dipenuhi kalimat penyemangat, doa, dan afirmasi positif. Salah satu pengikut aktif (1) menyampaikan, "Kalau saya lihat postingan latihan atau anak-anak mau bertanding, saya selalu kasih komentar supaya mereka

merasa didukung, walaupun saya cuma bisa lewat Instagram”. Pernyataan ini sejalan dengan temuan observasi bahwa dukungan tidak selalu berbentuk kehadiran fisik, melainkan dapat hadir sebagai dukungan simbolik yang berulang.

Kategori kedua adalah loyalitas partisipatif, yaitu loyalitas yang tampak melalui tindakan keterlibatan aktif seperti menyukai unggahan, mengomentari secara konsisten, menandai akun lain, hingga membagikan ulang konten ke Instagram Stories. Dalam observasi, bentuk ini terlihat jelas pada unggahan prestasi atlet atau dokumentasi kejuaraan, ketika terjadi peningkatan interaksi dan beberapa pengikut memanggil teman/kerabat mereka untuk ikut melihat capaian tersebut. Seorang atlet (1) menyebutkan, “Kalau habis lomba, saya lihat komentar-komentar itu bikin semangat. Ada rasa kita ini tidak jalan sendiri, banyak yang perhatikan.” Komentar tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pengikut di ruang digital dipersepsikan atlet sebagai dukungan sosial yang nyata.

Kategori ketiga ialah loyalitas identitas, yaitu bentuk loyalitas yang berhubungan dengan rasa memiliki terhadap komunitas panjat tebing daerah. Dari hasil wawancara, beberapa pengikut menyatakan bahwa akun @fptibone bukan sekadar akun informasi, melainkan representasi olahraga daerah yang “harus dijaga” bersama. Pengikut (3) menegaskan, “Saya bukan atlet, tapi kalau lihat FPTI Bone aktif di Instagram, saya bangga juga. Rasanya ini membawa nama daerah.” Pola ini diperkuat oleh observasi penggunaan bahasa kolektif dalam komentar, seperti “kita”, “Bone”, dan penyebutan organisasi, yang menunjukkan adanya identifikasi kelompok di ruang digital.

Kategori keempat adalah loyalitas normatif, yakni bentuk loyalitas yang tampak ketika pengikut tidak hanya mendukung, tetapi juga ikut menjaga norma interaksi, misalnya mengingatkan agar tetap sportif, tidak menjatuhkan pihak lain, atau mengarahkan diskusi agar tetap positif. Pada beberapa unggahan yang memicu perbandingan dengan daerah lain atau menimbulkan perdebatan kecil, pengikut tertentu tampak menengahi percakapan. Pengikut (5) menyampaikan, “Saya biasa komen supaya jangan saling menjatuhkan. Kita dukung saja atlet kita, itu lebih baik.” Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan loyalitas yang disertai upaya merawat citra komunitas.

Untuk menegaskan temuan kategori tersebut, tabel berikut menyajikan ringkasan bentuk loyalitas yang teridentifikasi beserta contoh manifestasi interaksi digital yang terlihat selama observasi.

Tabel 1. Kategori Bentuk Loyalitas Penggemar pada Akun Instagram @fptibone

Kategori Loyalitas	Manifestasi Konkret di Instagram	Kecenderungan Kemunculan	Dampak terhadap Komunitas
Loyalitas afektif	Komentar dukungan, doa, bangga, emotikon positif	Tinggi	Menguatkan dukungan emosional
Loyalitas partisipatif	Like, komentar rutin, share ke story, tag akun lain	Tinggi saat momen lomba/prestasi	Memperluas jangkauan dukungan
Loyalitas identitas	Menyebut "Bone/FPTI Bone", bahasa kolektif "kita"	Sedang-tinggi	Menguatkan rasa memiliki komunitas
Loyalitas normatif	Mengingatkan sportifitas, meredam debat, menjaga etika komentar	Sedang	Menjaga citra dan harmoni komunitas

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Penggemar di Dunia Maya

Analisis terhadap data wawancara dan observasi menunjukkan bahwa loyalitas penggemar pada akun @fptibone dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Faktor pertama ialah konsistensi konten dan intensitas unggahan, karena pengikut cenderung lebih aktif ketika akun rutin mempublikasikan kegiatan latihan, kompetisi, dan progres atlet. Pengelola akun (admin) menyatakan, "Kalau kita rutin posting, pengikut itu ikut hidup, mereka komentar terus. Kalau vakum, interaksinya langsung turun." Pernyataan ini sejalan dengan hasil observasi bahwa unggahan yang terjadwal dan berkesinambungan memicu respons yang lebih stabil.

Faktor kedua ialah kedekatan emosional dengan atlet dan komunitas lokal, terutama ketika konten menampilkan atlet muda, proses latihan, atau perjuangan menuju kejuaraan. Seorang pengurus (1) menjelaskan, "Kalau yang diposting itu prosesnya, bukan cuma menangnya, orang-orang jadi merasa dekat. Mereka lihat anak-anak latihan, capek, jadi mereka dukung." Temuan ini menunjukkan bahwa narasi proses membentuk empati yang berujung pada loyalitas afektif.

Faktor ketiga adalah pengakuan sosial melalui interaksi dua arah, yaitu respons atau balasan dari pengelola akun yang membuat pengikut merasa dilibatkan. Beberapa pengikut aktif menyebut bahwa balasan komentar, penyebutan ulang (repost), atau sekadar "like" dari akun utama memberi rasa dihargai. Pengikut (2) mengungkapkan, "Kalau akun FPTI Bone balas komentar atau repost story saya, rasanya senang. Jadi makin semangat ikut dukung." Faktor ini memperkuat temuan bahwa loyalitas bukan hanya produk konten, tetapi juga relasi sosial yang dibangun melalui komunikasi.

C. Mekanisme Sosial Reproduksi Loyalitas Penggemar

Penelitian ini juga menemukan adanya mekanisme sosial yang membuat loyalitas penggemar terus diproduksi dan dipertahankan dalam ruang digital. Mekanisme pertama

ialah penguatan identitas kolektif melalui momen-momen simbolik, seperti kemenangan atlet, partisipasi kejuaraan, dan unggahan prestasi. Pada momen tersebut, interaksi pengikut cenderung meningkat dan komentar-komentar berisi kebanggaan daerah muncul secara masif, sehingga membentuk pengalaman emosional kolektif. Atlet (2) mengatakan, “Setiap ada postingan lomba, komentar itu ramai sekali. Rasanya seperti semua orang ikut dalam perjuangan.”

Mekanisme kedua ialah penularan semangat dan pola dukungan antar-pengikut, di mana komentar positif yang dominan mendorong pengikut lain melakukan hal serupa. Dalam observasi, ketika satu unggahan dipenuhi komentar dukungan, pengikut baru cenderung ikut berkomentar dengan nada yang sama. Pengikut (4) menyampaikan, “Saya lihat orang-orang banyak dukung, jadi saya juga ikut komentar. Kayak ada suasana rame yang bikin kita mau ikut.”

Mekanisme ketiga adalah normalisasi praktik dukungan digital sebagai bentuk partisipasi yang sah, yakni keyakinan bahwa memberi dukungan di Instagram merupakan cara nyata untuk terlibat, meskipun tanpa hadir di lokasi latihan atau pertandingan. Pengikut (1) menegaskan, “Walaupun saya tidak bisa datang, saya rasa komentar dan share itu sudah bentuk dukungan saya.” Dengan demikian, loyalitas penggemar tidak hanya dipahami sebagai sikap, tetapi juga sebagai praktik sosial yang berlangsung berulang dan diterima sebagai bagian dari budaya komunitas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas penggemar panjat tebing pada akun Instagram @fptibone terbentuk melalui kategori loyalitas afektif, partisipatif, identitas, dan normatif; dipengaruhi oleh konsistensi konten, kedekatan emosional, serta pengakuan sosial dalam interaksi; dan direproduksi melalui penguatan identitas kolektif, penularan pola dukungan, serta normalisasi dukungan digital sebagai partisipasi komunitas.

Diskusi

A. Bentuk-Bentuk Loyalitas Penggemar Panjat Tebing di Akun Instagram @fptibone

Temuan pada bagian A menunjukkan bahwa loyalitas penggemar panjat tebing di akun Instagram @fptibone tidak hadir dalam satu bentuk tunggal, melainkan termanifestasi melalui empat dimensi yang saling beririsan, yaitu loyalitas afektif, partisipatif, identitas, dan normatif. Pola ini menguatkan pandangan bahwa media sosial telah menjadi ruang interaksi dua arah yang memungkinkan relasi penggemar–organisasi olahraga terbangun secara lebih intens, bukan hanya sebagai penerimaan informasi, tetapi juga sebagai arena penguatan ikatan psikososial. Dalam kajian tentang olahraga dan media sosial, keterlibatan penggemar di platform digital dipahami sebagai bagian dari pembentukan hubungan dan pengalaman

keterlibatan yang pada akhirnya dapat menumbuhkan loyalitas penggemar (Nugraha & Kusuma, 2021).

Pertama, loyalitas afektif tampak dari dominasi komentar dukungan, doa, dan ekspresi bangga yang berulang pada unggahan latihan maupun menjelang kompetisi. Dalam konteks komunikasi olahraga di media sosial, bentuk dukungan emosional semacam ini dapat dipahami sebagai “jembatan” yang membuat penggemar merasa dekat dengan atlet dan aktivitas olahraga, meskipun tidak hadir langsung di lokasi kegiatan. Studi tentang sports fan engagement menegaskan bahwa penggemar cenderung memilih media sosial sebagai sarana untuk terhubung dengan atlet atau tim favoritnya, dan keterhubungan tersebut mendorong terbentuknya relasi yang lebih personal dari waktu ke waktu (Ichsan et al., 2022). Dalam kasus @fptibone, dukungan emosional yang muncul di kolom komentar tidak hanya berfungsi sebagai respons spontan, tetapi juga sebagai praktik sosial yang memperlihatkan keterikatan pengikut terhadap perjuangan atlet dan identitas organisasi, sebagaimana tersirat dari pernyataan pengikut yang merasa perlu “hadir” lewat komentar ketika melihat unggahan latihan atau pertandingan.

Kedua, loyalitas partisipatif pada temuan penelitian dicirikan oleh tindakan keterlibatan aktif seperti memberi like, berkomentar rutin, tagging, dan membagikan ulang konten ke Instagram Stories. Praktik ini menunjukkan bahwa loyalitas penggemar di era digital tidak berhenti pada “rasa suka”, melainkan berkembang menjadi bentuk partisipasi yang dapat memperluas jangkauan informasi dan dukungan. Dalam penelitian terkait pemanfaatan Instagram sebagai media informasi olahraga, variasi fitur Instagram (feeds, reels, story, dan lainnya) dipahami sebagai perangkat yang memudahkan audiens untuk berinteraksi dan merespons konten secara cepat, serta memperkuat peran akun sebagai pusat informasi bagi penggemar (Naufal et al., 2023). Pada @fptibone, partisipasi berupa share dan tag pada momen prestasi memperlihatkan bahwa pengikut tidak sekadar “menonton”, melainkan ikut membantu mendistribusikan narasi keberhasilan dan perjuangan atlet kepada jaringan sosial mereka. Hal ini sejalan dengan logika bahwa media sosial dapat membina hubungan dengan penggemar dan mengembangkan loyalitas melalui hubungan yang terus dipelihara lewat interaksi digital (Nugraha & Kusuma, 2021).

Ketiga, loyalitas identitas terlihat ketika pengikut menggunakan bahasa kolektif seperti “kita”, “Bone”, dan penyebutan “FPTI Bone” sebagai simbol kebanggaan daerah. Loyalitas jenis ini menegaskan bahwa penggemar tidak selalu terikat hanya pada atlet, tetapi juga pada representasi sosial-budaya yang dibawa oleh akun—dalam hal ini identitas olahraga daerah. Fenomena serupa dapat dipahami melalui temuan penelitian tentang sports branding di Instagram klub olahraga, yang menunjukkan bahwa akun Instagram tidak hanya membangun brand awareness dan brand image, tetapi juga membangun brand engagement

serta fan relationship management melalui kedekatan narasi dan simbol yang konsisten (Madani et al., 2024). Jika pada PSIS Semarang identitas kota dan cerita pemain menjadi bagian dari strategi untuk membangun hubungan intim dengan pengikut, maka pada @fptibone identitas daerah dan kebanggaan “membawa nama Bone” muncul sebagai energi sosial yang memperkuat rasa memiliki komunitas (Madani et al., 2024). Dalam wawancara, pengikut yang menyatakan “bukan atlet, tapi bangga” menunjukkan bahwa loyalitas identitas bekerja dengan cara menghubungkan individu dengan komunitas yang lebih besar, sehingga keterlibatan digital menjadi cara untuk menegaskan posisi dirinya sebagai bagian dari “kita” (komunitas pendukung).

Keempat, loyalitas normatif tampak ketika pengikut tidak hanya memberi dukungan, tetapi juga ikut menjaga etika interaksi misalnya menengahi perdebatan, mengingatkan sportifitas, dan mendorong komentar tetap positif. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa komunitas digital bukan ruang yang sepenuhnya bebas nilai; sebaliknya, terdapat proses sosial di mana sebagian pengikut bertindak sebagai “penjaga norma” untuk merawat harmoni komunitas dan citra organisasi. Dalam perspektif netnografi, perilaku komunitas online dapat ditangkap melalui jejak interaksi seperti komentar dan pola partisipasi yang berulang, sehingga norma-norma sosial dapat dikenali dari praktik sehari-hari komunitas digital itu sendiri (Muntu et al., 2021). Ketika pengikut menegaskan “lebih baik dukung saja atlet kita, jangan saling menjatuhkan”, itu memperlihatkan adanya kesadaran kolektif bahwa ruang komentar membawa konsekuensi sosial terhadap reputasi komunitas, sehingga loyalitas diwujudkan bukan hanya sebagai dukungan, tetapi juga sebagai pengendalian diri dan pengaturan interaksi.

Dengan demikian, pembacaan terhadap Hasil A memperlihatkan bahwa loyalitas penggemar di akun @fptibone dapat dipahami sebagai hasil dari relasi sosial yang berlangsung dalam ruang digital: loyalitas afektif menguatkan dimensi emosional, loyalitas partisipatif menggerakkan tindakan dukungan yang menyebar, loyalitas identitas mengikat pengikut pada kebanggaan kolektif, dan loyalitas normatif menjaga ketertiban serta citra komunitas. Secara keseluruhan, temuan ini sejalan dengan penjelasan bahwa media sosial menyediakan kontak langsung antara aktor olahraga dengan penggemar, meningkatkan pengalaman keterlibatan, dan pada akhirnya menumbuhkan loyalitas penggemar melalui hubungan yang dipelihara secara berkelanjutan (Nugraha & Kusuma, 2021).

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Penggemar di Dunia Maya

Temuan pada bagian B menunjukkan bahwa loyalitas penggemar di akun Instagram @fptibone tidak muncul secara “alami” begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh cara akun dikelola dan bagaimana relasi sosial dibangun di ruang digital. Faktor pertama yang paling

konsisten terlihat ialah konsistensi konten dan intensitas unggahan. Dari hasil wawancara, admin menegaskan bahwa ritme unggahan yang rutin membuat “pengikut ikut hidup”, sedangkan ketika akun vakum interaksi cenderung menurun. Pola ini dapat dibaca sebagai bentuk ketergantungan keterlibatan audiens terhadap kontinuitas stimulus informasi dan visual yang diterima secara berkala. Secara konseptual, konsistensi unggahan bukan hanya soal “sering posting”, tetapi juga menjaga kualitas dan kuantitas konten agar audiens terus memperoleh informasi terbaru dan relevan; hal ini disebut sebagai aspek penting dalam strategi konten untuk meningkatkan keterlibatan (engagement) di Instagram (Sakti & Deslia, 2024). Dalam konteks @fptibone, konten yang rutin misalnya unggahan latihan, persiapan lomba, dokumentasi kegiatan, hingga kabar prestasi berperan seperti “pengingat sosial” yang menjaga rasa kedekatan pengikut dengan aktivitas panjat tebing lokal. Dengan demikian, konsistensi konten dapat dipahami sebagai prasyarat yang menjaga keberlanjutan perhatian dan membuka ruang bagi praktik dukungan (like, komentar, share) untuk terus berlangsung.

Faktor kedua ialah kedekatan emosional dengan atlet dan komunitas lokal, khususnya ketika konten tidak hanya menampilkan hasil (menang/kalah), tetapi juga proses—latihan, perjuangan, kelelahan, dan dinamika sebelum bertanding. Pengurus menyatakan bahwa ketika yang ditampilkan adalah proses, pengikut “jadi merasa dekat” dan muncul empati yang kemudian menguatkan dukungan. Situasi ini sejalan dengan temuan penelitian kualitatif tentang storytelling di Instagram yang menunjukkan bahwa narasi (cerita) yang dibangun di konten dapat memengaruhi persepsi audiens, karena audiens menangkap makna, emosi, dan kedekatan dari cara cerita disampaikan (Shafira, 2022). Dalam kerangka komunitas olahraga, konten proses semacam itu membuat atlet tidak diposisikan sekadar “pemenang” atau “peserta”, melainkan sebagai subjek yang sedang berjuang dan pantas didukung. Karena itu, loyalitas afektif yang muncul pada hasil penelitian (dukungan, doa, kebanggaan) menjadi lebih mudah dipahami: ia dipicu oleh pengalaman emosional yang dibangun melalui paparan narasi yang berulang tentang perjalanan komunitas dan atlet.

Faktor ketiga yang menonjol adalah pengakuan sosial melalui interaksi dua arah. Dari wawancara, pengikut aktif menyebut bahwa balasan komentar, repost story, atau sekadar “like” dari akun utama membuat mereka merasa dihargai dan “makin semangat ikut dukung”. Artinya, loyalitas penggemar tidak hanya diproduksi oleh konten, tetapi juga oleh pengalaman relasional: pengikut merasa kehadirannya “diakui” oleh akun, sehingga dukungan berubah dari tindakan individual menjadi bagian dari relasi sosial timbal balik. Penelitian mengenai strategi pengelolaan Instagram untuk meningkatkan engagement menegaskan bahwa interaksi melalui komentar dan pesan langsung (DM) merupakan bagian dari strategi pengelolaan yang membantu menjaga keterlibatan audiens (Albar, 2025). Selain itu, studi kualitatif tentang interaktivitas akun Instagram sebagai media informasi juga menunjukkan

bahwa cara admin berkomunikasi dengan pengikut merupakan aspek penting dalam membangun hubungan dan memengaruhi respons audiens (Hafifah, 2024). Jika dikaitkan dengan @fptibone, maka respons admin (meski sederhana) berfungsi sebagai “tanda sosial” yang memperkuat rasa menjadi bagian dari komunitas: pengikut tidak lagi sekadar penonton konten, tetapi merasa dilibatkan dalam ekosistem komunikasi panjang tebing daerah.

Secara keseluruhan, tiga faktor ini membentuk satu rangkaian yang saling menguatkan: konsistensi unggahan menjaga ruang interaksi tetap aktif, kedekatan emosional membuat dukungan terasa bermakna, dan interaksi dua arah memberikan pengakuan sosial yang mempertebal rasa keterikatan. Ketika ketiganya berjalan beriringan, loyalitas penggemar di ruang digital dapat dipahami bukan hanya sebagai sikap suka, melainkan sebagai praktik sosial yang terus dipelihara melalui ritme konten, narasi proses, dan relasi timbal balik antara pengelola akun dan pengikut.

C. Mekanisme Sosial Reproduksi Loyalitas Penggemar

Mekanisme sosial reproduksi loyalitas pada akun Instagram @fptibone terlihat ketika proses interaksi digital berulang memperkuat rasa solidaritas dan keterikatan emosional pengikut terhadap komunitas panjang tebing. Pada setiap unggahan yang menampilkan prestasi atau kegiatan komunitas, respons pengikut tidak sekadar berupa tanda suka, tetapi juga komentar yang memuat ekspresi kebanggaan kolektif dan identitas bersama. Hal ini sesuai dengan temuan studi netnografi yang menunjukkan bagaimana interaksi antar-pengguna di Instagram menciptakan pola komunikasi yang berulang sehingga membentuk norma sosial dalam komunitas daring, di mana pengguna secara aktif terlibat melalui komentar dan respons visual lain seperti emotikon sebagai bagian dari budaya interaksi digital di platform tersebut (Muntu et al., 2021).

Interaksi yang konsisten antar-pengikut juga mencerminkan fenomena penularan sosial, di mana pengikut baru terdorong untuk berpartisipasi aktif ketika melihat dukungan yang sudah tampak dominan dalam kolom komentar. Karakter media sosial sebagai ruang interaksi yang memungkinkan pengguna berbagi pendapat dan pengalaman secara cepat memperkuat mekanisme ini, sehingga loyalitas penggemar bukan hanya sikap pasif, tetapi merupakan hasil dari interaksi sosial yang terus menerus di platform digital (Ramadhan, 2025).

Selain itu, peran media sosial dalam membangun keterlibatan penggemar juga diperkuat oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif di media sosial dapat meningkatkan loyalitas dan partisipasi penggemar terhadap suatu entitas olahraga melalui kesempatan bagi penggemar untuk berinteraksi secara langsung dengan konten, baik

itu komentar, berbagi konten, maupun diskusi dua arah yang muncul dari unggahan tersebut (Abidin, 2025).

Normalisasi dukungan digital sebagai bentuk partisipasi yang diakui secara sosial juga merupakan bagian dari reproduksi mekanisme ini. Interaksi digital seperti komentar positif, simbol dukungan, dan pembagian ulang konten bukan hanya menunjukkan keterlibatan individu, tetapi juga dipandang sebagai bagian dari praktik komunitas yang sudah menerima bentuk dukungan tersebut sebagai kontribusi nyata terhadap keberlangsungan komunitas olahraga di ruang maya.

Dengan demikian, mekanisme sosial reproduksi loyalitas menunjukkan bahwa loyalitas penggemar di dunia maya terbentuk tidak hanya melalui respon satu arah terhadap konten, tetapi melalui interaksi sosial yang saling berhubungan, penuluran norma positif antar-pengikut, serta penerimaan budaya partisipasi digital sebagai bentuk keterlibatan yang sah dalam komunitas olahraga.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa loyalitas penggemar panjat tebing di akun Instagram @fptibone merupakan hasil dari proses sosial yang berlangsung secara dinamis di ruang digital. Loyalitas tidak hanya diwujudkan dalam bentuk rasa suka, tetapi juga termanifestasi melalui keterikatan emosional, partisipasi aktif, identifikasi kolektif terhadap komunitas daerah, serta kepedulian terhadap norma interaksi dalam komunitas daring. Keempat bentuk loyalitas tersebut menunjukkan bahwa penggemar berperan aktif sebagai bagian dari ekosistem sosial olahraga, bukan sekadar sebagai penerima informasi.

Loyalitas penggemar dipengaruhi oleh pengelolaan akun yang konsisten, narasi konten yang menampilkan proses dan perjuangan atlet, serta adanya interaksi dua arah yang memberikan pengakuan sosial kepada pengikut. Faktor-faktor tersebut memperkuat kedekatan antara pengelola akun, atlet, dan penggemar. Lebih lanjut, loyalitas penggemar direproduksi melalui mekanisme sosial berupa penguatan identitas kolektif, penuluran semangat dukungan antar-pengikut, dan penerimaan dukungan digital sebagai bentuk partisipasi yang sah. Dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai ruang sosial yang efektif dalam membangun solidaritas dan loyalitas penggemar panjat tebing di tingkat lokal.

References

- Abidin, D. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Penggemar Dalam Olahraga Profesional. 6, 606–617.
- Adi, S., & Mu'arifin. (2001). Sosiologi olahraga.
- Albar, M. N. (2025). Dalam Meningkatkan Engagement (Studi Pada Radar Banyumas).

- Hadi, I. P. (2020). Penelitian Media Kualitatif.
- Hafifah, S. (2024). Interaktivitas Akun Media Sosial Instagram @Lintau_Id Sebagai Media Informasi (Issue 6859).
- Ichsan, M. C., Setyawati, H., & Awang, F. (2022). Social Media and Sports : Engagement For Sports Fans. 11(4), 456–463.
- Kristina, A., Kudhori, A., Wijaya, R. E., Patricia, L., Rahmanti, V. N., Sokarina, A., & Utama, A. A. G. S. (2022). Ada Apa Ada Apa dengan Medsos? Menangkap budaya dengan netnografi.
- Madani, N., Gono, J. N. S., & Lukmantoro, T. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Sports Branding Pada Instagram Klub Psis Semarang.
- Muntu, S. A. J., Tangkudung, J. P. M., & Lotulung, L. J. H. (2021). Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram. 1–8.
- Naufal, A. A. A., Nugrahani, R. U., & Abdullah, N. N. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Penggemar Olahraga Oleh Akun @ vidiosports. 10(4), 3139–3147.
- Nugraha, M. D., & Kusuma, D. W. Y. (2021). Analisis Cyberbullying di Sosial Media pada Atlet Pelatnas Bulutangkis (Studi Kasus pada Akun Instagram Atlet Pelatnas). 2(1), 311–319.
- Ramadhan, D. (2025). Studi Netnografi Pada Akun Media Sosial Instagram @Infokomjakmania Sebagai Media Informasi Anggota The Jakmania.
- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @Mop.Beauty Dalam Meningkatkan Engagement Followers Tassah. 6(09).
- Saputra, B. P. B., & Latola, R. B. (2025). SOSIOLOGI OLAHRAGA DI INDONESIA Dinamika Sosial, Identitas, dan Tantangan Masa Depan.
- Shafira, F. (2022). Persepsi Audiens Terhadap Storytelling Nadhifa Allya Tsana dalam Konten Instagram “RINTIK SEDU.”
- UPI. (2024). Teknik pengumpulan data-wawancara & observasi.