



Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas “Syndicate Bonek Keputih (SBK)”

Muhammad Iqbal Alamsyah¹, Iwan Joko Prasetyo^{2*}

^{1,2} Universitas Dr. Soetomo, Surabaya

* iwan.joko@unitomo.ac.id

ABSTRACT

As social beings, humans will not be separated from its name a symbol of communication. Therefore, the purpose and objective of the research is to find out the symbols of communication and the meaning and message of using symbols of support communication for the persebaya among the SBK supporters community. In giving their support, this community mostly expresses it through certain symbols with their own meanings and messages. So the type of research used is descriptive qualitative using the Symbolic interactionism theory approach. Data obtained through interviews and direct observation in the field. From the results of the data obtained, it was concluded that the symbols of communication that happens or is done within the community to support SBK there are two symbols of verbal and non-verbal. Verbal symbols are used in the form of yells, songs or chants that they have created and always sung throughout the game. While non-verbal symbols there are three, namely, in the form of apparel / clothing made and worn every game. Certain facial expressions that appear or occur. And body movements that are intentionally done or occur accidentally.

Keywords: *Communication Symbols, Verbal and Non Verbal Symbols, Symbolic Interactionism Theory, SBK Supporter Community, Persebaya Surabaya*

ABSTRAK

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan terlepas dari namanya simbol komunikasi. Sebab itu, Maksud dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui simbol komunikasi serta makna dan pesan dari penggunaan simbol-simbol komunikasi dukungan pada persebaya dikalangan komunitas suporter SBK. Dalam memberikan dukungannya, komunitas ini kebanyakan mengungkapkannya melalui simbol tertentu dengan makna dan pesan tersendiri. Sehingga tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori Interaksionisme Simbolik. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dilapangan. Dari hasil data yang diperoleh, disimpulkan bahwa simbol-simbol komunikasi yang terjadi atau dilakukan kalangan komunitas SBK dalam mendukung ada dua yaitu simbol verbal dan non verbal. Simbol verbal yang digunakan berupa yel-yel, nyanyian atau chant yang diciptakan dan selalu dinyanyikan mereka sepanjang pertandingan. Sedangkan simbol non verbal ada tiga yaitu, berupa pakaian/busana yang dibuat dan dikenakan setiap pertandingan. Ekspresi

wajah tertentu yang muncul atau terjadi. Dan gerakan tubuh yang sengaja dilakukan atau terjadi secara tidak sengaja.

Kata Kunci : Simbol-Simbol Komunikasi, Simbol Verbal dan Non Verbal, Teori Interaksionisme Simbolik, Komunitas Suporter SBK, Persebaya Surabaya.

PENDAHULUAN

Sepak bola adalah olahraga yang cukup populer dan digemari di seluruh dunia hingga saat ini oleh semua lapisan masyarakat mulai dari anak-anak, dewasa hingga orang tua. Mereka senang memainkannya sendiri ataupun sebagai penonton. Peningkatan teknologi dan perkembangan zaman menambah peningkatan popularitas sepak bola sehingga mampu menarik minat banyak penggemar baru. Tidak hanya dalam segi kegemaran saja, sepak bola kini telah menjadi suatu bentuk fanatisme. Sepak bola dapat diibaratkan sudah menjadi suatu kesatuan jiwa raga dalam masyarakat yang secara berangsur membentuk antusias dan loyalitas tak terbatas.

Salah satu fenomena yang muncul dalam realitas sepak bola adalah suporter. Banyak hal yang unik, baru dan kreatif dari suporter yang menimbulkan berbagai kebiasaan baru dan pada akhirnya menjadi identitas baru dalam kehidupan bermasyarakat. Kelompok suporter merupakan fenomena lebih lanjut dari legalisasi komunitas pendukung suatu kesebelasan. Suporter dianggap sebagai pemain ke-12 karena sepak bola dan suporter bagaikan sebuah mata uang yang mempunyai dua sisi yang tidak dapat dipisahkan. Dimana ada sepak bola disitu pasti ada suporter. Sepak bola telah mengubah pikiran normal menjadi suatu bentuk kegiatan, tidak memandang tua, muda, maupun anak-anak kesukaan mereka terhadap klub yang dibelanya telah menjadikan bukti kesetiaan mereka terhadap klub yang disukainya. Disudut-sudut jalan dipasang berbagai hiasan bendera maupun spanduk dengan berbagai warna kebesarannya merah, biru ataupun hijau telah menjadi simbol dan identitas mereka.

Dari berbagai suporter fanatik di Indonesia, salah satu kelompok suporter yang selalu menarik perhatian dari sekian banyak cerita tentang suporter Indonesia, adalah Bonek. Bonek merupakan suporter dari Persebaya Surabaya dan mayoritas berusia muda dan masih perlu peningkatan dalam pengembangan pengetahuan dan kewarganegaraan agar menjadi suporter yang lebih disiplin, mandiri, dan bertanggungjawab. Karena suporter yang cerdas adalah supporter yang sportif tidak anarkis, punya pengetahuan dan kepedulian terhadap timnya. Dan selalu memberi masukan sebagai bentuk perhatian dan apresiasi bila timnya bermain bagus. Bonek memiliki berbagai komunitas supporter yang tersebar di seluruh Surabaya dan Jawa Timur bahkan diluar pulau Jawa dan luar Negeri sekalipun. Mereka menamai komunitasnya dari kampung yang mereka tempati ataupun nama-nama unik untuk komunitasnya seperti contohnya, Bonek Hooligan, Bonek Garis Keras, Bonek Campus, dll. Termasuk salah satunya

Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas adalah Syndicate Bonek Keputih (SBK) yang berdomisili di Kelurahan Keputih Kecamatan Sukolilo, Surabaya.

Syndicate Bonek Keputih (SBK) sendiri merupakan suatu kelompok supporter di Kota Surabaya yang berada atau berdomisili di kampung bernama Keputih. Mereka memiliki fanatisme tinggi bahkan berlebihan terhadap tim kesayangannya yaitu Persebaya. Komunitas ini terbentuk atas dasar keinginan dari pemuda-pemuda kampung yang ingin aktif dan terlibat langsung dalam mendukung tim kebanggaannya yaitu persebaya dan tentunya juga dapat mewakili kampung mereka. Merujuk atas fenomena supporter dalam suatu kelompok yang telah dianggap negatif oleh masyarakat awam, yang belum banyak tahu tentang bagaimana regulasi atas sebuah kelompok supporter, namun SBK muncul sebagai kelompok supporter atau suatu wadah kordinasi dan kontroling atas seluruh supporter yang berasal dari kampung keputih.

Terkait simbol komunikasi, terdapat beberapa penelitian terdahulu, seperti yang diteliti oleh Barata dan Dion Dewa dengan judul *Fashion sebagai strategi simbolik komunikasi non verbal*, hasil penelitiannya mengatakn bahwa fashion digunakn sebagai simbol komunikasi untuk masuk dalam kelompok social tertentu dan mempengaruhi perilaku sehari-hari. (Barata, 2010). Penelitian terdahulu lainnya berjudul *“Analisis interaksi simbolik yang membentuk pola komunikasi dinamis pada komunitas pesisir kabuten Jember”* dimana hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kehadiran status simbol akan memperkuat posisi orang tersebut dalam komunitas masyarakat pesisir, sehingga bisa menjadi pertanda eksistensi diri (identitas) (Fajar, 2011).

Selain itu, penelitian tentang komunikasi simbolik Peci dan Pancasila (Kertamukti, 2013). Penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol dalam proses komunikasi merupakan bagian dari kebutuhan mendasar tentang pemenuhan terhadap gagasan dan harapan. Pengguna simbol menginterpretasikan berdasarkan kebutuhan dan pemikirannya tentang proses sosial yang berlangsung. Penelitian lainnya berkaitan dengan simbol-simbol komunikasi proses komunikasi masyarakat cyber (Rohayati, 2017). Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat cyber sebagai masyarakat maya bergantung pada simbol-simbol dalam menyampaikan pesan. Interaksi simbolik digunakan oleh masyarakat cyber untuk menyampaikan pesan. Tidak jarang kita temukan bahwa makna dari simbol yang disampaikan diinterpretasikan secara berbeda, sehingga menimbulkan mutlipersepsi.

Di lingkungan sepak bola, supporter ini erat kaitannya dengan dukungan yang dilandasi perasaan cinta dan fanatisme terhadap tim kesayangan atau kebanggaannya. Tidak jarang pula keberadaan supporter di dalam stadion juga memunculkan berbagai macam simbol-simbol verbal ataupun non verbal yang terjadi lewat aksi-aksi mereka seperti koreografi, nyanyian, atribut yang dikenakan, spanduk yang dibuat dan sebagainya dan tentunya hal tersebut

menyampaikan sebuah makna dan pesan tertentu. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui “Simbol-simbol komunikasi pada Komunitas Suporter ‘Syndicate Bonek Keputih’ dalam mendukung Persebaya Surabaya saat bertanding di stadion”. Penelitian ini berupaya untuk dapat mendeskripsikan gambaran mengenai simbol-simbol yang terjadi di dalam stadion terhadap kelompok/komunitas suporter Bonek dalam mendukung tim Persebaya, khususnya komunitas bonek yang berada di daerah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Simbol-Simbol Komunikasi Verbal & Non Verbal

Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin yang communicatio dan bersumber dari bahasa communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Pengertian ini merupakan pengertian dasar sebab komunikasi tidak hanya bersifat informatif yakni agar orang lain paham dan tahu, tetapi juga persuasif agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain (Effendy, 2007).

Secara etimologis istilah simbol diserap dari kata symbol dalam bahasa Inggris yang berakar pada kata symbolicum dalam bahasa Latin. Sementara dalam bahasa Yunani kata symbolon dan symballo yang juga menjadi akar kata symbol, memiliki beberapa makna generik, yakni ‘memberi kesan’ berarti ‘menarik’. Dalam sejarah pemikiran, simbol memiliki dua pengertian yang sangat berbeda. Dalam pemikiran dan praktik keagamaan simbol lazim dianggap sebagai pancaran Realitas Transenden. Dalam sistem pemikiran logika dan ilmiah, lazimnya istilah simbol dipakai dalam arti tanda abstrak.

Dalam beberapa pengertian ‘simbol’ diartikan sebagai berikut: (1) Simbol adalah sesuatu yang biasanya merupakan tanda yang terlihat yang menggantikan gagasan atau objek, (2) Simbol adalah kata, tanda, atau isyarat yang digunakan untuk mewakili sesuatu yang lain seperti arti, kualitas, abstraksi, gagasan dan objek, (3) Simbol adalah apapun yang diberikan arti dengan persetujuan umum dan atau dengan kesepakatan atau kebiasaan, (4) Simbol sering diartikan secara terbatas sebagai tanda konvensional, sesuatu yang dibangun oleh masyarakat atau individu dengan arti tertentu yang kurang lebih standar dan disepakati atau dipakai anggota masyarakat itu sendiri. Arti simbol dalam konteks ini sering dilawankan dengan tanda ilmiah.

Simbol Verbal adalah simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal yang disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Simbol atau bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran dan maksud kita.

Ada tiga ciri utama yang menandai wujud atau bentuk komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Pertama, lambang-lambang nonverbal digunakan paling awal sejak kita lahir di dunia ini, sedangkan setelah tumbuh pengetahuan dan kedewasaan kita, barulah bahasa verbal kita pelajari. Kedua, komunikasi verbal dinilai kurang universal dibanding dengan komunikasi nonverbal, sebab bila kita pergi ke luar negeri misalnya dan kita tidak mengerti bahasa yang digunakan oleh masyarakat di negeri tersebut, kita bisa menggunakan isyarat-isyarat nonverbal dengan orang asing yang kita ajak berkomunikasi. Dan ciri yang ketiga adalah, bahwa komunikasi verbal merupakan aktivitas yang lebih intelektual dibanding dengan bahasa nonverbal yang lebih merupakan aktivitas emosional. Artinya, bahwa dengan bahasa verbal, sesungguhnya kita mengkomunikasikan gagasan dan konsep-konsep yang abstrak, sementara melalui bahasa nonverbal, kita mengkomunikasikan hal-hal yang berhubungan dengan kepribadian, perasaan dan emosi yang kita miliki (Risnayanti, 2011: 152).

Penggunaan tanda dalam komunikasi manusia menjadi penting. Sebab tanda adalah wujud simbolik manusia. Melalui penggunaan tanda, manusia dapat mengekspresikan ide tentang apa saja, misalnya tentang manusia, benda, dan konsep yang tidak hadir secara fisik hanya dengan mengacu benda tersebut melalui kata-kata. Proses penafsiran dan pemaknaan ini merupakan inti dari semua bahasa (Putra, 2010: 232).

Ada beberapa unsur penting dalam simbol verbal, yaitu: *Pertama*, bahasa, merupakan seperangkat kata yang disusun secara berstruktur sehingga menjadi suatu kalimat yang mengandung makna. Menurut Larry L. Barker bahasa memiliki tiga fungsi yaitu: Penamaan atau Labeling, Fungsi Interaksi, dan Fungsi Transmisi Informasi. *Kedua*, Intonasi, merupakan lagu kalimat, atau gabungan dari bermacam-macam gejala yang umumnya disebut tekanan nada, tempo, dan jeda dalam mengucapkan satu kalimat. Intonasi meliputi nada atau tinggi rendahnya lagu kalimat, dan dinamik atau keras dan lemahnya lagu kalimat. *Ketiga*, nada, merupakan suatu jenis unsur suprasegmental yang ditandai oleh tinggi rendahnya arus ujaran. Tinggi rendahnya arus ujaran terjadi karena frekuensi getaran yang berbeda antar segmen. Bila seseorang berada dalam kesedihan ia akan berbicara dengan nada yang rendah, sebaliknya bila berada dalam keadaan gembira atau marah, maka nada tinggilah yang biasanya digunakan. *Keempat*, suara, merupakan salah satu identifikasi makhluk hidup. Wanita dan pria dapat dibedakan hanya dengan suaranya, pria mempunyai suara yang lebih besar sedangkan wanita juga mempunyai suara yang tinggi. Jenis suara manusia memiliki sifat masing-masing dan karakter yang berbeda.

Berikutnya *Simbol Non Verbal*. Biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku non verbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol non verbal. Adapun beberapa unsur penting

dari simbol non verbal, yaitu: *Pertama*, Penampilan, komponen penting dari penampilan adalah persepsi mengenai hal menarik dan cantik. Ruben menuliskan bahwa penampilan seseorang dapat menunjukkan kepandaian, gender, usia, pendekatan, kemampuan, ekonomi, kelas, selera, nilai, dan latar belakang budaya. *Kedua*, pakaian/Busana, pakaian memiliki empat fungsi dasar yaitu fungsi kenyamanan, keamanan, kesopanan, dan menampilkan budaya. Apa yang kita pakai mengkomunikasikan umur, gender, status, peran sosial, kelas sosial, anggota kelompok, kepribadian dan relasi dengan lawan jenis. Misalnya pakaian kumal atau lusuh, bagi seseorang menjadi simbol non verbal dari kemiskinan. *Ketiga*, Ekspresi Wajah, merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Sebagian pakar mengakui, terdapat beberapa keadaan emosional yang dikomunikasikan oleh ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal, kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, kejjikan dan minat. Walaupun demikian, ekspresi wajah boleh sama namun maknanya mungkin saja berbeda.

Keempat, Kontak mata, pengaruh kontak mata dalam komunikasi juga dapat dilihat dalam karya dan musik mengenai mata yang ada selama ratusan tahun. Emerson menuliskan “mata mencerminkan jiwa”. Alasan lain dari pentingnya mata dalam proses komunikasi adalah bahwa pesan yang kita kirimkan dengan mata kita tak terbatas jumlahnya. *Kelima*, Sentuhan, disentuh dan menyentuh juga merupakan sarana komunikasi. Sentuhan merupakan perasaan yang paling tua, paling primitif dan mendarah daging. Sentuhan merupakan perasaan pertama yang kita alami ketika masih dalam kandungan dan yang terakhir kita hilangkan sebelum kematian. Dengan demikian, arti suatu sentuhan dan alasan kita menyentuh orang lain, memberikan pengetahuan mengenai komunikasi yang kita lakukan.

Keenam, Gerakan Isyarat, merupakan gerakan tangan, lengan, dan jari-jari yang kita gunakan untuk menjelaskan atau untuk menegaskan. Jadi, apabila seseorang mengatakan “kira-kira setinggi ini” kita berharap untuk melihat gerak isyarat mengikuti penjelasan verbal. Seperti halnya apabila seseorang mengatakan “letakkan buku itu” atau “dengarkan saya” dengan gerak jari telunjuk, memukul meja dengan tinju atau gerak isyarat lainnya untuk memperkuat komunikasi verbal.

Ketujuh, gerakan Tubuh, menurut Cangara sebagaimana dikutip oleh Riswandi (2009:31) gerakan tubuh atau badan dapat dibedakan atas lima jenis, yaitu: (a) *Emblem*, isyarat yang punya arti langsung pada simbol yang dibuat oleh gerakan tubuh. Misalnya, mengangkat jari V yang artinya *Victory* atau menang. (b) *Illustrators*, isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan tubuh untuk menjelaskan sesuatu. Misalnya, tinggi rendahnya objek yang dibicarakan. (c) *Affect Displays*, isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi wajah. Misalnya, tertawa, menangis, senyum,

mencibir, sinis, dan lain sebagainya. (d) *Regulators*, gerakan-gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala. misalnya, mengangguk tanda setuju atau menggeleng tanda menolak. (e) *Adaptory*, gerakan-gerakan tubuh yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan. Misalnya, menggerutu, mengepalkan tinju ke atas meja.

Khusus dalam penggunaan bahasa atau lambang komunikasi, paling tidak ada tiga pola yang terjadi. Pertama, para anggota organisasi akan menciptakan makna yang digunakan bersama. Mereka menggunakan kode-kode yang memiliki derajat pemahaman yang sama. Dalam istilah yang lain gejala ini dinamakan aktivitas komunikasi. Kedua, para komunikator dalam sebuah komunitas harus mengkoordinasikan tindakantindakannya. Oleh karena itu, di dalam komunitas tertentu terdapat aturan atau norma, yang disesuaikan dengan setting dan tujuan komunikasi itu sendiri. Ketiga, makna dan tindakan bersifat spesifik dalam sebuah komunitas, sehingga antara komunitas yang satu dan lainnya akan memiliki perbedaan dalam hal makna dan tindakan tersebut. Hal tersebut dipengaruhi oleh kompetensi komunikasi yang mencakup pengetahuan linguistik, keterampilan interaksi dan pengetahuan kebudayaan (Irawan, 2018: 57).

Bahasa merupakan nafas utama dari komunikasi. Bahasa merupakan rangkaian simbol baik itu verbal maupun nonverbal. Bahasa bisa pula dituangkan dalam bentuk tekstual maupun kontekstual. Salah satu pendekatan paling awal terhadap studi Bahasa dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure. Baginya, bahasa sebagai ciri pembeda yang sangat menonjol, karena dengan bahasa setiap kelompok sosial merasa dirinya sebagai satu kesatuan yang berbeda dari kelompok yang lainnya. Saussure kemudian membagi bahasa kedalam 'langue' dan 'parole'. 'langue' sebagai suatu sistem atau aturan yang lebih dahulu ada sebelum penggunaan bahasa, yang memiliki kesamaan penggunaan, untuk seluruh komponen komunitas bahasa, dan merupakan sisi sosial dari bahasa yang juga sebagai lawan dari 'parole', yang bersifat individual. Bagi Saussure, 'parole', baik lisan maupun tulisan, ditentukan sepenuhnya oleh pilihan masing-masing individu, bukan oleh pranata sosial. Lebih lanjut, linguistik, menurut Saussure, berkaitan lebih dengan 'langue', bukan 'parole' (Syaf, 2017: 217).

Dalam proses komunikasi, Menurut Wilbur Schramm, komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur: sumber (source), pesan (message) dan sasaran (destination). Sumber boleh jadi seorang individu (berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat) atau suatu organisasi komunikasi (seperti sebuah surat kabar, penerbit, stasiun televisi atau studio film) (Pertiwi, Dilla & Amin, 2016: 5). Komunikasi simbol atau lambang - lambang seperti ini sudah sangat melekat dengan bangsa Indonesia bahkan banyak masyarakat yang tidak menyadari bahwa sedang menerapkan teori komunikasi dalam kehidupan sehari-harinya. Kegunaan lambang sebagai alat untuk

mempengaruhi komunikasi, alat untuk menjadikan seseorang paham akan pesan yang disampaikan, alat untuk menjadikan pengertian terhadap pesan-pesan yang disampaikan, alat untuk menghubungkan komunikator dengan komunikasi, alat untuk mencapai suatu tujuan komunikasi. Tentu kita tidak asing lagi dengan suara pedagang kaki lima di sekitar tempat tinggalmu, dengan ciri khas suara pedagang itu saat berkeliling daerah tempat tinggalmu untuk menjajakan dagangannya (Pratiwi, Hamim & Wibowo, 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik karena Perspektif teori ini memandang bahwa individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan dan menampilkan perilaku dihadapan masyarakat. Interaksi yang dihasilkan dari individu kepada masyarakat tersebut dianggap sebagai variabel penting dalam menentukan perilaku manusia. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Bagi penganut interaksi simbolik, masyarakat adalah proses interaksi simbolik. Perspektif Interaksionisme Simbolik ini berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. (Mulyana, 2001: 70).

Interaksi simbolis merupakan salah satu pendekatan yang bisa dilakukan dengan cultural studies. Menurut Norman Denzin dalam bukunya *Symbolic Interactionism and Cultural Studies* menekankan bahwa semestinya kajian terhadap interaksi simbolis memainkan peranan penting dalam cultural studies yang memusatkan perhatian pada tiga masalah yang terkait satu dengan lainnya, yakni produksi makna kultural, analisis tekstual makna-makna ini dan studi kebudayaan yang dijalani dan pengalaman yang dijalani. Namun, dalam tataran praktis Denzin melihat adanya kecenderungan dari interaksionisme simbolik untuk mengabaikan gagasan yang menghubungkan “simbol” dan “interaksi” (Haris & Amalia, 2018: 18).

Menurut teoritis interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan dengan sesama, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atau simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial. Secara ringkas, Interaksionisme Simbolik didasarkan pada premis-premis berikut: *Pertama*, individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk obyek fisik (benda) dan obyek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka menghadapi suatu situasi respon mereka tidak bersifat mekanis, serta tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Mereka hanya bergantung pada bagaimana cara mereka

mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi, individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.

Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada obyek, melainkan diorganisasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan sebab manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya obyek fisik, tindakan atau peristiwa, namun juga yang abstrak. Artinya, apa saja yang bisa dijadikan simbol dan karena itu tidak ada hubungan logis antara nama atau simbol dengan obyek yang dirujuknya, meskipun terkadang sulit untuk memisahkan kedua hal itu melalui penggunaan simbol. Itulah mengapa manusia dapat berbagai pengalaman dan pengetahuan tentang dunia, bahkan makna yang bersifat subyektif.

Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental yaitu berkomunikasi dengan lainnya sendiri. Manusia membayangkan atau melakukan apa yang mereka lakukan (Mulyana, 2001 : 71-73).

Dengan memahami teori interaksionisme simbolik, eksistensi pada saat menonton pertandingan sepak bola di stadion maupun di televisi memang di dalamnya terdapat beberapa gerakan dari anggota tubuh yang mengandung simbol komunikasi yang lebih dipengaruhi oleh interaksi yang dilakukannya serta menetapkan simbol-simbol yang terdapat pada diri penonton. Dimana penonton dapat merespon dengan simbol terhadap pertandingan sepak bola tersebut.

Komunitas dan Identitas Bola pada Bonek

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, atau suatu komite yang tengah rapat untuk mengambil keputusan. Sebagian besar teori komunikasi antarpribadi juga berlaku pada komunikasi dan kelompok. hal ini dikarenakan komunikasi kelompok melibatkan komunikasi antarpribadi. Adapun sifat-sifat komunikasi kelompok antara lain: Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka, kelompok memiliki sedikit partisipan, kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin, kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama, anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

Kelompok Primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, serta menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal dan tidak menyentuh hati kita (Charles Horton Cooley dalam Rakhmat, 2009:29).

Sedangkan arti dari komunitas sendiri merupakan kelompok dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat

yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Adapun hal-hal yang menjadi tujuan berdirinya/terciptanya sebuah komunitas adalah sebagai tempat untuk menyalurkan bakat dan kemampuan seseorang dalam bidang tertentu, menjadi tempat belajar ataupun mempelajari hal-hal yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan, dan membuka diri terhadap perkembangan teknologi dan hal-hal baru.

Komunitas dapat dibedakan menjadi tiga komponen yaitu: Berdasarkan lokasi/tempat, terbentuk karena adanya interaksi di antara beberapa orang atau kelompok yang tinggal di wilayah atau tempat yang sama secara geografis. Berdasarkan minat, terbentuk karena adanya interaksi antara orang-orang yang memiliki minat yang sama pada satu bidang tertentu. Contohnya: komunitas musik, komunitas pecinta alam dan lainnya.

Berdasarkan komunitas, terbentuk berdasarkan ide-ide tertentu yang menjadi landasan dari komunitas itu sendiri. Contohnya: perguruan silat, partai politik dan lainnya. Seperti halnya manusia, setiap kelompok atau komunitas juga memiliki siklus kelahiran, masa awal, masa dewasa dan akhirnya lenyap. Sejumlah teori telah dikemukakan mengenai pengembangan suatu kelompok. teoritis sepakat bahwa pertumbuhan dan pengembangan dalam kelompok atau komunitas merupakan hasil kebutuhan anggota perorangan dan tekanan sosial yang diciptakan dalam kelompok itu sendiri. Ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan suatu kelompok yaitu, faktor kepemimpinan dan faktor situasional karakteristik kelompok seperti, ukuran kelompok, jaringan komunikasi, dan kohesi kelompok.

Permainan sepak bola tidak bisa terlepas dari dukungan suporter. Suporter merupakan unsur yang selalu ada dalam setiap pertandingan. Secara bahasa, suporter berasal dari kata support yang artinya dukungan. Jadi suporter merupakan dukungan dari satu orang atau lebih yang diberikan kepada sesuatu dalam sebuah pertandingan. Dalam sepak bola, support atau dukungan dapat berbentuk langsung ataupun tak langsung. Dukungan langsung berarti dukungan diberikan secara langsung dalam konteks yang sama, yaitu stadion. Sedangkan suporter yang tak langsung adalah bentuk suporter yang mendukung dalam konteks yang berbeda, misalnya lewat radio, televisi ataupun lewat media cetak.

Keberadaan suporter merupakan salah satu pilar penting dan mempunyai peranan dalam suatu pertandingan sepak bola. Tanpa kehadiran suporter suasana stadion terasa hambar dan tanpa makna. Namun sebaliknya, kehadiran suporter dalam mendukung suatu kesebelasan saat bertanding akan sangat terasa efeknya dalam mengobarkan semangat bertanding dalam diri pemain. Atraksi yang ditampilkan suporter lewat lagu-lagu dan yel-yel yang dinyanyikan merupakan tambahan semangat bagi pemain untuk dapat memperoleh

kemenangan demi kepuasan para pendukungnya.

Supporter sepak bola jauh berbeda dengan supporter cabang olahraga lainnya. Seperti yang dikemukakan oleh (dalam Handoko, 2008:46), bahwa ada beberapa hal yang membedakan antara supporter sepak bola dengan supporter cabang olahraga lain. Misalnya dari segi jumlah dan penampilan. Dari segi jumlah, supporter sepak bola jauh lebih banyak daripada supporter olahraga lain. Selain karena popularitasnya, juga karena kapasitas tempat (stadion) yang cenderung lebih besar daripada tempat olahraga lainnya. Dari segi penampilan, supporter sepak bola dikenal lebih fanatik dan atraktif dalam mendukung suatu kesebelasan. Jumlah yang cukup besar dan sikap yang fanatik dan atraktif merupakan salah satu ciri dari supporter sepak bola. Akan tetapi terkadang sikap tersebut diekspresikan dengan berlebihan, sehingga tidak jarang mereka dicap sebagai biang kerusuhan. Permasalahan inilah yang sering terjadi di dunia persepakbolaan.

Para kelompok supporter tersebut muncul dengan berbagai atraksi, aksi teatrikal, kostum dan atribut masing-masing yang mencolok, dengan anggota tubuh yang dicat warna-wani atau warna kebesaran tim dan gaya dukungan berupa nyayian dengan gerak tubuh. Keberadaan supporter sepak bola memiliki dua peran sekaligus yaitu sebagai penampil (*performer*) dan penonton (*audience*). Sebagai penampil yang ikut mempengaruhi jalannya pertandingan sepak bola, yang kemudian menetapkan identitas yang membedakannya dengan penonton biasa.

Supporter jauh lebih banyak bergerak, bersuara dan berkreasi di dalam stadion dibandingkan dengan penonton yang terkadang hanya ingin menikmati suguhan permainan yang cantik dari kedua tim yang bertanding'. Supporter pada dasarnya berperan untuk memotivasi dan penghibur yang biasanya membentuk kerumunan dan menempati area atau tribun tertentu di dalam stadion dengan melakukan berbagai aksi dan atraksi atau koreografi yang terkoordinir (Handoko, 2008:47).

Persebaya Surabaya merupakan sebuah klub sepak bola profesional di Indonesia yang berbasis di kota Surabaya. Klub ini sudah malang melintang dikancah persepakbolaan Indonesia dan telah menjadi klub kebanggaan dari warga kota Surabaya meski sempat di bekukan oleh Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) dan disahkan kembali oleh PSSI sebagai anggota di kongres tahunan PSSI di Bandung pada 8 Januari 2017. Klub ini memiliki julukan Bajol Ijo atau Green Force dan mempunyai organisasi supporter fanatik bernama Bonek Mania yang selalu setia mendukung dimanapun Persebaya bermain. Klub ini didirikan oleh Pajjo dan M. Pamoedji pada 18 Juni 1927 dengan nama awal Soerabhaiasche Indonesische Voetbal Bond (SIVB).

Pada musim 2017, Persebaya resmi kembali mengikuti kompetisi kasta kedua dalam naungan PSSI yang bertajuk Liga 2. Disaat yang sama, setelah

dilaksanakannya RUPS pada Februari 2017, kini 70% saham Persebaya Surabaya dimiliki oleh Jawa Pos Group melalui anak perusahaannya yaitu PT. Jawa Pos Sportainment. Sedangkan 30% lainnya dimiliki oleh 20 klub anggota Persebaya yang tergabung dalam KSAP (Koperasi Surya Abadi Persebaya).

Pada musim 2017 ini juga, Persebaya Surabaya langsung mendominasi kompetisi Liga 2, terbukti dengan berhasilnya mereka menjadi juara setelah mengalahkan PSMS Medan di partai final dengan skor 3-2 dan berhasil *comeback* ke kasta teratas kompetisi sepakbola nasional dengan mendapatkan tiket promosi ke Liga 1 di tahun 2018 (Saputro, 2017). Hingga saat ini Persebaya Surabaya sendiri sedang berjuang menggarungi kompetisi Liga 1 tahun 2018.

Sedangkan Syndicate Bonek Keputih atau yang biasa disebut dengan SBK ini terbentuk atas dasar keinginan dari pemuda-pemuda kampung yang ingin aktif dan terlibat langsung dalam mendukung tim kebanggaannya yaitu Persebaya Surabaya dan tentunya supaya dapat mewakili nama bonek dari kampung mereka. Komunitas ini terbentuk pada 26 November 2010 dan kini sudah memasuki tahun ke-7 berdirinya SBK. Pada awal berdirinya dulu SBK bernama Bokep (Bonek Keputih) namun karena dianggap nama tersebut kurang etis dan cenderung ngawur, akhirnya komunitas ini merubah namanya menjadi Syndicate Bonek Keputih (SBK).

Tujuan awal didirikannya SBK ini adalah untuk memberikan wadah bagi para pendukung atau suporter Persebaya (Bonek) yang berbasis atau berdomisili di kampung Keputih untuk saling berbagi, bertanya, dan bertukar informasi seputar Persebaya Surabaya. Komunitas ini juga sebagai wadah kordinasi dan kontroling atas seluruh suporter atau bonek yang berasal dari kampung Keputih. Seiring berjalannya waktu, anggota SBK semakin lama semakin bertambah dan juga semakin berkembang dengan cukup pesat. Perkembangan yang terjadi ini juga terus diikuti dengan seringnya mereka membuat berbagai agenda kegiatan seperti nonton bareng pertandingan Persebaya baik saat di stadion maupun di warkop-warkop, Futsal yang diadakan setiap sebulan sekali oleh SBK, *Charity* dan kegiatan-kegiatan lain yang bersifat positif. Selain itu, informasi terbaru mengenai perkembangan klub kebanggaan juga terus disebarluaskan melalui mulut ke mulut, ataupun grup WA ke anggota-anggota lainnya.

Penggunaan Simbol-Simbol Komunikasi Dukungan “*Syndicate Bonek Keputih (SBK)*”

Dari penelitian yang berjudul ‘Penggunaan simbol-simbol komunikasi dukungan pada Persebaya Surabaya di kalangan komunitas suporter Syndicate Bonek Keputih (SBK)’ ini penulis menemukan fakta, menganalisisnya dan menyimpulkan bahwasannya simbol-simbol komunikasi dukungan yang telah mereka gunakan atau lakukan dalam mendukung tim kebanggaannya yaitu Persebaya Surabaya yaitu simbol verbal yang berupa yel-yel dan nyanyian-nyanyian dan simbol non verbal yang berupa pakaian/busana, ekspresi wajah

dan gerakan tubuh, simbol-simbol komunikasi dukungan tersebut juga menimbulkan banyak makna dan pesan tersendiri bagi mereka ataupun orang lain, seperti halnya sebagai berikut :

Penggunaan simbol verbal (yel-yel dan nyanyian-nyanyian) yang dilakukan mereka kepada persebaya tersebut merupakan bagian dari hal wajib yang harus dilakukan oleh supporter persebaya dengan tujuan untuk membakar dan membangkitkan semangat para pemain yang sedang bertanding di lapangan agar dapat mempersembahkan sebuah kemenangan untuk persebaya sendiri maupun para bonek mania. Para bonek ini melakukan aksinya menyanyikan yel-yel dan chant-chant tersebut sepanjang pertandingan. Mereka menganggap bahwa hal tersebut merupakan bentuk kecintaan, kesetiaan, totalitas, loyalitas serta solidaritas mereka terhadap tim kebanggaannya. Dengan bernyanyi bersama mereka mengekspresikan rasa cinta mereka terhadap persebaya.

Dari banyaknya yel-yel atau chant yang dinyanyikan oleh bonek sepanjang pertandingan, hampir disetiap liriknya mengandung makna penyemangat, makna kebanggaan, makna totalitas tanpa batas kepada persebaya walaupun juga ada pula yang mengandung makna rasis terhadap klub lain. Sedangkan pesan yang ingin disampaikan oleh para bonek pada yel-yel atau chant yang mereka nyanyikan rata-rata juga tertuang dalam lirik lagu atau chant yang mereka buat. Seperti menginginkan persebaya meraih kemenangan di setiap pertandingannya, menginginkan persebaya menjadi juara, dan juga pesan tentang keberadaan mereka yang akan selalu ada dan setia memberikan dukungan kepada persebaya dimanapun persebaya bermain dan lain sebagainya.

Penggunaan simbol non verbal (pakaian/busana) yang dilakukan adalah bagian dari dukungan mereka dan hal yang harus dilakukan oleh supporter dengan tujuan untuk memperkenalkan dan menunjukkan identitas mereka kepada masyarakat sebagai bonek atau supporter setia persebaya. Namun penggunaan warna pakaian pada setiap komunitas bonek juga tidak melulu selalu berwarna hijau walaupun warna tersebut memang identik dengan persebaya. Penggunaan warna itu didasari oleh selera dan minat dari tiap-tiap individu maupun komunitas. Selain sebagai atribut dukungan, pakaian-pakaian yang dibuat dan dikenakan setiap komunitas bonek saat mendukung persebaya tersebut adalah bentuk kreatifitas dari rasa cinta mereka kepada tim kebanggaannya.

Makna yang terkandung dan pesan yang ingin disampaikan melalui pakaian/busana yang dibuat dan dikenakan oleh kelompok/komunitas supporter bonek pun juga berbeda-beda pada setiap komunitasnya tergantung juga dari desain pakaian komunitas itu sendiri. Kalau pada komunitas SBK, mereka membuat pakaian dengan gambar atau logo komunitas mereka di dalamnya. Logo tersebut menggambarkan ciri khas dari kelompok pendukung yang beraliran ultras yaitu seseorang dengan gaya berpakaian yang identik dengan

warna hitam, dan menggunakan tudung jaket, serta enggan memperlihatkan wajahnya. Logo bisa dikatakan sebagai sebuah simbolisasi identitas, sebuah logo juga memiliki makna tertentu seperti halnya logo pada komunitas SBK ini yang menggambarkan tentang sebuah semangat tak kenal lelah untuk memberikan dukungan kepada persebaya. Sementara untuk pesan yang ingin disampaikan dari penggunaan pakaian komunitas SBK ini adalah menunjukkan dan memperkenalkan keberadaan komunitas mereka di masyarakat terutama pada warga keputih.

Penggunaan simbol non verbal (ekspresi wajah) yang terjadi atau muncul kepada para bonek atau suporter ketika sedang menonton pertandingan itu memang suatu hal yang pasti dan akan selalu terjadi kepada setiap manusia. Dimana akan terjadi banyak sekali berbagai macam ekspresi wajah disana, seperti, ekspresi senang, sedih, marah, kaget, kecewa dan ekspresi lainnya baik dari penonton pertandingan ataupun suporter kesebelasan termasuk juga kepada para pemain sepak bola yang bertanding itu sendiri. Karena ekspresi wajah adalah salah satu pendukung bahasa verbal seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain. Manusia dapat mengalami ekspresi wajah tertentu secara sengaja, tetapi pada umumnya ekspresi wajah dialami secara tidak sengaja akibat perasaan atau emosi manusia tersebut. biasanya sangat sulit untuk menyembunyikan perasaan atau emosi tertentu dari wajah.

Ekspresi wajah yang terjadi atau muncul kepada para suporter tersebut menyampaikan makna dan pesan simbolik yang mewakili perasaan atau emosi mereka terhadap situasi-situasi tertentu yang dialami para pemain atau tim kebanggaannya selama pertandingan berlangsung. Dalam arti lain, ekspresi wajah yang terjadi kepada para supporter tersebut merupakan sesuatu yang tidak direncanakan, atau terjadi secara spontan dan merupakan bentuk reaksi ataupun reflek mereka terhadap aksi-aksi para pemain yang bertanding di lapangan. Namun perubahan dari ekspresi wajah pada mereka pun juga berlangsung sangat cepat dimana dari yang tadinya tersenyum seketika berubah menjadi marah karena situasi tertentu yang merugikan tim.

Penggunaan simbol non verbal (gerakan tubuh) yang terjadi atau dilakukan oleh para suporter tersebut dilakukan secara sengaja untuk mendukung atau memperkuat penggunaan bahasa verbal seperti saat bernyanyi namun ada juga yang dilakukan secara tidak sengaja atau reaksi spontan saat melihat suatu hal yang terjadi seperti saat terjadinya gol. Atau dalam arti lain, gerakan tubuh tersebut ada yang direncanakan oleh mereka dan ada pula yang tidak terencana atau bersifat spontan karena suatu kejadian tertentu yang dilihatnya. Contohnya seperti gerakan tepuk tangan, gerakan melompat-lompat di tempat, gerakan menari atau bergoyang, dan berbagai gerakan tubuh lainnya.

Sama halnya dengan nyanyian, gerakan tubuh tersebut dilakukan dengan maksud untuk memberi dukungan serta semangat kepada para pemain yang

bertanding di lapangan. Sedangkan gerakan tubuh yang tidak terencana biasanya menunjukkan perasaan atau emosi mereka terhadap apa yang dilihatnya. Namun dari gerakan tubuh tersebut terdapat makna tertentu yang berbeda-beda seperti tepuk tangan bermakna sebagai apresiasi, tergantung gerakan yang dilakukan mereka tetapi mungkin pesan yang ingin disampaikan sama, yaitu seperti ingin persebaya meraih kemenangan di setiap pertandingannya, ingin persebaya menjadi juara, dan juga pesan tentang keberadaan mereka yang akan selalu ada di tribun stadion dan selalu setia memberikan dukungan kepada persebaya dimanapun persebaya bermain dan lain sebagainya.

PENUTUP

Berdasarkan rumusan masalah, hasil data yang diperoleh dan beberapa jawaban hasil wawancara dari informan kunci yang merupakan anggota komunitas SBK, serta analisis yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai penggunaan simbol-simbol komunikasi dalam mendukung Persebaya Surabaya di kalangan komunitas suporter Syndicate Bonek Keputih (SBK), maka peneliti menarik suatu kesimpulan bahwa:

Penggunaan simbol-simbol komunikasi yang terjadi atau dilakukan oleh kalangan komunitas suporter SBK dalam mendukung Persebaya Surabaya ada dua yaitu simbol verbal dan simbol non verbal. Simbol verbal yang digunakan berupa yel-yel dan nyanyian-nyanyian atau chant yang sengaja diciptakan sendiri oleh bonek dan selalu dinyanyikan oleh mereka sepanjang pertandingan bersama dengan berbagai komunitas bonek lainnya dari tribun stadion saat memberikan dukungan kepada tim Persebaya Surabaya.

Sedangkan simbol non verbal yang digunakan ada tiga yang pertama yaitu, berupa pakaian/busana yang sengaja mereka buat dan kenakan pada setiap pertandingan persebaya. Yang kedua, berupa ekspresi wajah tertentu yang selalu muncul atau terjadi pada mereka di setiap pertandingan persebaya. Dan yang ketiga, berupa gerakan tubuh yang sengaja mereka lakukan bersamaan dengan saat menyanyikan yel-yel atau chant dan juga gerakan tubuh yang muncul atau terjadi secara tidak sengaja atau spontan seperti saat melihat sesuatu hal yang terjadi di lapangan.

Berangkat dari hal inilah, simbol-simbol komunikasi dukungan baik simbol verbal maupun non verbal di kalangan komunitas suporter SBK tersebut, terdapat pula makna dan pesan tertentu dari simbol-simbol yang muncul atau terjadi dan mereka gunakan dalam memberikan dukungan kepada persebaya saat bertanding di stadion. Dari kedua simbol (verbal dan non verbal) yang digunakan tersebut hampir memiliki makna yang sama yaitu: semangat, dukungan, kecintaan, kebanggaan, kesetiaan, solidaritas, loyalitas serta totalitas tanpa batas mereka kepada tim kebanggaannya. Sementara pesan yang disampaikan yaitu seperti menginginkan persebaya meraih kemenangan di setiap

pertandingannya, menginginkan persebaya menjadi juara, menunjukkan identitas mereka dan juga pesan tentang keberadaan mereka yang akan selalu ada dan setia memberikan dukungan kepada persebaya sampai kapanpun, dan dimanapun persebaya bermain dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, D.D. (2010) Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal dalam *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Effendy, O.U. (2007). *Pengantar Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Fajar, A. (2013) Analisis Interaksi Simbolik Yang Membentuk Pola Komunikasi Dinamis Pada Komunitas Pesisir Kabupaten Jember, *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2).
- Handoko, A. (2008). Sepak Bola Tanpa Batas. Yogyakarta: Kanisius.
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi), dalam *Jurnal Risalah*, 29(1), 16-19.
- Irawan, D. (2018). Studi Etnografi Komunikasi pada Organisasi Persatuan Islam, dalam *Jurnal Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), blm. 55-70.
- Kertamukti, R. (2013). Komunikasi Simbol : Peci dan Pancasila, dalam *Jurnal Profetik*, 6(1).
- Mulyana, D. 2009. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, I.P., Dilla, S., & Amin, H. (2016). Analisis Simbol Dan Proses Komunikasi Mahasiswa Dan Dosen Dalam Kegiatan Akademik Pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHO, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 1(1), 1-14.
- Pratiwi, B.S., Hamim, & Wibowo, J.H. (2016). Simbol Komunikasi Pedagang Keliling Di Sidosermo Surabaya, dalam *Jurnal Representamen*, 2(2).
- Putra, R.M.S. (2010). Memahami Makna Simbol dalam Komunikasi dengan Dayak Jangkang, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 227-240.
- Riswandi. 2009. Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Risnayanti, B., & Cangara, H. (2011). Jilbab Sebagai Simbol Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Hasanuddin (Studi Komunikasi Nonverbal), dalam *Jurnal Komunikasi Kareba*, 1(2), 149-176.
- Rohayati. (2017). Proses Komunikasi Masyarakat Cyber Dalam Perspektif Interaksi Simbolik, dalam *Jurnal Dakwah Risalah*, 28(1).
- Saputro, I. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Persebaya Pasca Kongres PSSI 10 November 2016 pada Harian Surya dan Jawa Pos. *Jurnal Kajian Media*, 1(2).
- Syaf, E.J. (2017). Pertarungan Simbol Identitas Etnis Sebagai Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kota Makassar, dalam *Jurnal Komunikasi Kareba*, 6(2), 215-224.