PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @satuaremania TERHADAP KONSOLIDASI AREMANIA PASCA TRAGEDI KANJURUHAN

Hanayan Al Firdous
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: hanayanal.21064@mhs.unesa.ac.id

Muhammad Danu Winata
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: muhammadwinata@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pasca Tragedi Kanjuruhan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teori Uses and Gratifications sebagai landasan analisis. Populasi penelitian adalah pengikut aktif akun Instagram @satuaremania sebanyak kurang lebih 35.000 followers, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @satuaremania memiliki pengaruh signifikan terhadap proses konsolidasi Aremania pasca Tragedi Kanjuruhan. Interaksi melalui fitur unggahan, komentar, likes, dan share mampu meningkatkan solidaritas, partisipasi, serta komunikasi antaranggota Aremania. Selain sebagai media informasi, akun Instagram tersebut juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan penguatan identitas kolektif supporter. Kehadiran media sosial menjadi sarana efektif dalam membangun komunikasi yang lebih terorganisir dan mendukung terciptanya konsolidasi komunitas Aremania secara positif di era digital.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, @satuaremania, Konsolidasi Aremania

Abstract

This study aims to determine the influence of the Instagram social media account @satuaremania on the consolidation of Aremania after the Kanjuruhan Tragedy. The research employed a quantitative explanatory approach using the Uses and Gratifications theory as the analytical framework. The population of this study consisted of approximately 35,000 active followers of the Instagram account @satuaremania, with 100 respondents selected through purposive sampling and the Slovin formula. Data collection was conducted through online questionnaires using a Likert scale. The results indicate that the Instagram account @satuaremania has a significant influence on the consolidation process of Aremania after the Kanjuruhan Tragedy. Interactions through posts, comments, likes, and shares were able to increase solidarity, participation, and communication among Aremania members. In addition to functioning as an information medium, the Instagram account also serves as a platform for social interaction and strengthening the collective identity of supporters. Social media has become an effective medium for building more organized communication and supporting positive community consolidation in the digital era.

Keywords*: Instagram Social Media, @satuaremania, Aremania Consolidation.*

PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga dengan tingkat popularitas tertinggi di Indonesia dan memiliki dampak sosial yang luas, tidak hanya bagi pemain tetapi juga bagi penonton dan pendukungnya (Purnamasari, 2015). Supporter tidak sekadar hadir sebagai penonton, melainkan turut membangun atmosfer pertandingan, menjaga eksistensi klub, dan membentuk identitas kedaerahan (Indria, 2015). Fenomena ini terlihat pada sejumlah kelompok suporter besar di Indonesia seperti The Jak Mania, Bobotoh/Viking, Bonek Mania, hingga Aremania dan Aremanita sebagai pendukung Arema FC, yang masing-masing memiliki basis massa besar dan menjadi elemen penting dalam eksistensi Liga Indonesia (Fathurrahman, 2019).Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok menunjukkan bahwa platform tersebut kini tidak lagi dimanfaatkan semata-mata sebagai media komunikasi antarpengguna, tetapi juga telah berkembang menjadi wadah yang mendukung aktivitas transaksi komersial dan pemasaran digital (Rahman, 2023). Media sosial memungkinkan pelaku usaha mengoptimalkan pemasaran melalui konten visual, iklan berbayar, hingga interaksi langsung dengan konsumen (Sugiyanti, 2023). Konsumen semakin terbiasa mencari informasi produk, membaca ulasan, melihat konten pemasaran, serta mengambil keputusan pembelian melalui platform *daring* dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Jannah, 2025).

Tingginya fanatisme suporter di satu sisi mendorong loyalitas dan kreativitas dukungan, namun di sisi lain berpotensi memicu konflik antarkelompok, baik secara langsung di lapangan maupun melalui rivalitas digital di media sosial (Gunanto, 2015). Ketegangan semacam ini turut berkontribusi terhadap rangkaian peristiwa yang berujung pada Tragedi Kanjuruhan, yang kemudian memunculkan reaksi beragam dari kalangan suporter di dalam maupun luar negeri mulai dari aksi solidaritas menuntut keadilan hingga kritik terhadap sistem pengamanan pertandingan (Arfan, 2024).

Pasca tragedi tersebut, media sosial khususnya Instagram memainkan peran strategis sebagai sarana penyampaian informasi, aspirasi, dan narasi solidaritas bagi komunitas suporter (Kosasi, 2022). Interaksi yang terbangun melalui platform ini menjadi salah satu wujud modal sosial, yang terbentuk dari jaringan dan kepercayaan sosial antaranggota komunitas (Norman, 2023), sekaligus menjadi sarana komunikasi untuk meminimalkan miskomunikasi dan mempercepat penyelesaian konflik antar kelompok (Zuhrotun, 2015).

Sebagai respons atas kebutuhan konsolidasi tersebut, komunitas Aremania menginisiasi pembentukan organisasi resmi dan berbadan hukum melalui Musyawarah Nasional (Munas) Aremania Satu yang diselenggarakan di Kota Malang pada 1–2 Juni 2024 (Setiawan, 2024). Inisiatif ini melahirkan akun Instagram resmi @satuaremania sebagai media konsolidatif yang menghimpun seluruh elemen Aremania untuk berinteraksi, meningkatkan solidaritas, dan berpartisipasi secara aktif baik secara daring maupun luring (Aremania, 2024).

Studi terdahulu terkait Tragedi Kanjuruhan sejauh ini lebih banyak menyoroti aspek pemberitaan dan advokasi, seperti sudut pandang media asing terhadap tragedi tersebut (Habibi, 2023), narasi media terkait tuntutan hukum dan akuntabilitas PSSI (Hamid, 2023), proses penuntutan keadilan melalui pemberitaan Detik.com dan Radar Malang (Hanifah, 2023), serta dinamika perbincangan tragedi ini di platform Twitter (Minardi, 2023). Sementara itu, penelitian mengenai media sosial pada komunitas suporter olahraga secara umum lebih banyak berfokus pada motivasi penggunaan media (uses and gratifications) dan pembentukan modal sosial melalui pendekatan netnografi maupun survei kuantitatif. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji bagaimana sebuah akun Instagram resmi yang lahir dari hasil musyawarah organisasi dalam hal ini @satuaremania berperan sebagai instrumen konsolidasi internal suatu komunitas suporter pascatragedi. Kekosongan inilah yang mendasari perlunya penelitian ini, yakni untuk mengukur secara empiris pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania terhadap tingkat konsolidasi Aremania pasca tragedi Kanjuruhan.

Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications (U&G) sebagai pendekatan audience-centered dalam kajian komunikasi massa, yang memandang khalayak sebagai aktor aktif dalam memilih dan memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, bukan sekadar penerima pasif pesan media (West, 2010). Asumsi dasar teori ini pertama kali dirumuskan oleh Katz dkk. (1974), meliputi lima poin utama: audiens bersifat aktif dan berorientasi tujuan dalam penggunaan media; audiens memiliki inisiatif dalam mengaitkan pemenuhan kebutuhan dengan media tertentu; media bersaing dengan sumber pemuas kebutuhan lain seperti interaksi sosial; audiens memiliki kesadaran diri atas motif penggunaan media; dan penilaian atas nilai suatu konten hanya dapat dibentuk oleh audiens itu sendiri.

Gambar 1.1 Tragedi Kanjuruhan
Sumber: Detik.com 2022

Dalam konteks penelitian ini, kebutuhan followers Instagram @satuaremania dikelompokkan ke dalam empat kategori gratifikasi: (1) *kebutuhan informasi*, yaitu pencarian informasi kegiatan dan perkembangan komunitas untuk mendukung pengambilan keputusan bersama; (2) *kebutuhan hiburan*, melalui konten visual dan narasi emosional yang membantu mereduksi tekanan pascatragedi; (3) *kebutuhan sosial*, berupa ruang interaksi dua arah melalui kolom komentar dan pesan langsung; dan (4) *kebutuhan identitas*, yaitu representasi identitas kolektif Aremania melalui konten yang mencerminkan solidaritas dan loyalitas (West, 2010). Proses penggunaan media dalam kerangka U&G ini mengikuti alur identifikasi kebutuhan, pencarian media, konsumsi media, hingga evaluasi gratifikasi (McQuail, 1969), yang pada akhirnya menentukan tingkat kepuasan followers dan berkontribusi terhadap penguatan solidaritas serta partisipasi dalam proses konsolidasi.

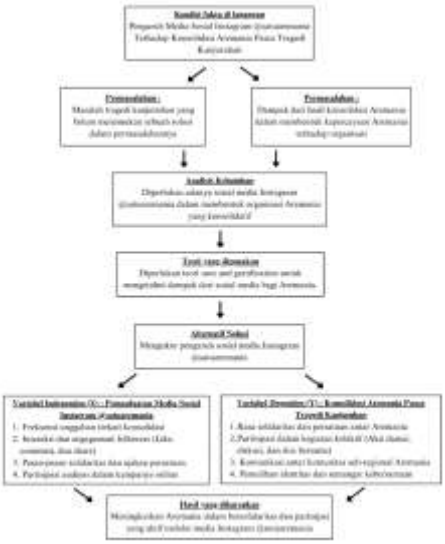
Detik.com 2022

Gambar 1.1 Logo Organisasi Satu Aremania
Sumber: Wearemania.net

Konsolidasi didefinisikan sebagai upaya menyatukan pemikiran dan memperkuat hubungan positif antara dua kelompok atau lebih guna mengomunikasikan serta menyelesaikan permasalahan bersama sehingga menghasilkan solusi dan kesimpulan yang disepakati (Wahyudi, 2024). Proses konsolidasi dalam sebuah organisasi umumnya berlangsung melalui dua tahap: (1) *konsolidasi organisasi*, yakni penyelarasan fungsi, tugas, dan struktur agar setiap anggota memahami tanggung jawabnya serta tujuan organisasi ke depan; dan (2) *konsolidasi ide*, yaitu penyatuan gagasan dan pola gerakan yang disepakati bersama demi kepentingan organisasi. Media sosial—dalam hal ini Instagram berperan memfasilitasi kedua tahap tersebut secara virtual, karena memungkinkan komunitas memperoleh informasi secara *real time*, menyampaikan aspirasi, dan mengoordinasikan kegiatan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Urgensi organisasi resmi sebagai wadah konsolidasi ini sejalan dengan temuan bahwa ketiadaan komunikasi efektif antara suporter dan federasi kerap memicu konflik, sehingga pembentukan asosiasi atau organisasi suporter dipandang penting untuk menciptakan hubungan yang lebih sehat dan terkoordinasi (Rozi, 2023). Kedua konsep inilah—Uses and Gratifications sebagai landasan pemanfaatan media, dan konsolidasi sebagai variabel yang dipengaruhi—yang menjadi kerangka teoretis dalam menguji pengaruh Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania oleh followers dalam mendukung konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan, mengukur

tingkat konsolidasi yang terjadi, serta menganalisis seberapa besar pengaruh media



sosial Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif, yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sidik, 2021; Creswell, 2014). Pendekatan ini dipilih untuk menguji sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania (variabel X) berpengaruh terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan (variabel Y). Penelitian dilakukan pada followers aktif akun Instagram @satuaremania, dengan mempertimbangkan responden yang berdomisili di Kota Malang maupun di luar daerah.

Populasi penelitian adalah seluruh followers akun @satuaremania yang tercatat berjumlah sekitar 35.000 pengguna per Maret 2025 (Sugiyono, 2011). Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, menghasilkan angka 99,7 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* (Sugiyono, 2020), dengan kriteria responden meliputi: telah menjadi pengikut aktif @satuaremania minimal enam bulan terakhir, mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas Aremania, pernah berinteraksi dengan konten bertema Aremania pascatragedi (like, komentar, atau repost), berusia minimal 17 tahun, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Peneliti menggunakan kerangka konseptual sebagai berikut:

Data dikumpulkan melalui survei berbasis kuesioner daring (Google Form) yang disebarkan melalui Direct Message Instagram dan grup komunitas Aremania selama dua minggu. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Variabel X (pemanfaatan Instagram @satuaremania) diukur melalui indikator intensitas penggunaan, interaksi (like, comment, share), kualitas konten informatif, dan penyebaran informasi. Variabel Y (konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan) diukur melalui indikator rasa solidaritas dan persatuan, partisipasi dalam kegiatan kolektif, komunikasi antarkomunitas sub-regional, serta pemulihan identitas dan semangat kebersamaan.

Sebelum digunakan, instrumen diuji validitasnya menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* (item dinyatakan valid jika r hitung > r tabel pada taraf signifikansi 0,05) dan diuji reliabilitasnya dengan ambang batas koefisien ≥ 0,60 (Sugiyono, 2019). Uji normalitas data dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05. Selanjutnya, pengaruh variabel X terhadap variabel Y dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan Y = a + bX (Sugiyono, 2016), yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22 untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring (Google Form) yang disebarkan kepada followers aktif Instagram @satuaremania selama 19 hari (6–24 Februari 2026), dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden didominasi oleh laki-laki (86%) dibanding perempuan (14%), dengan rentang usia terbanyak pada kelompok 21–25 tahun (58%), diikuti 17–20 tahun (23%), 26–30 tahun (16%), dan 31–35 tahun (3%).

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	86	86%
2.	Perempuan	14	14%
Total		100	100%

UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas terhadap 24 butir pernyataan (12 item variabel X dan 12 item variabel Y) menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* menunjukkan seluruh item memiliki nilai r-hitung di atas r-tabel (0,197 pada df = 98), sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Butir	Rentang r-hitung	r-tabel	Keterangan
X	12	0,655 – 0,848	0,197	**Valid**
Y	12	0,597 – 0,793	0,197	**Valid**

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil pengujian pada variabel Pemanfaatan Media Sosial Instagram @satuaremania (X) menunjukkan bahwa seluruh 12 butir pernyataan memiliki nilai r-hitung berkisar antara 0,655 hingga 0,848, yang seluruhnya berada di atas nilai r-tabel (0,197). Demikian pula pada variabel Konsolidasi Aremania Pasca Tragedi Kanjuruhan (Y), seluruh 12 butir pernyataan memperoleh nilai r-hitung berkisar antara 0,597 hingga 0,793, yang juga lebih besar dibandingkan nilai r-tabel. Dengan demikian, dari total 24 butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner, seluruhnya dinyatakan valid dan layak dipertahankan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur secara tepat konstruk yang dimaksud pada masing-masing variabel, sehingga data yang dihasilkan dapat diandalkan untuk tahap analisis selanjutnya.

UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,934 untuk variabel pemanfaatan Instagram @satuaremania (X) dan 0,895 untuk variabel konsolidasi Aremania (Y), keduanya berada jauh di atas ambang batas 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
12	0.934	0.6	Reliabel
12	0,895	0,6	Reliabel

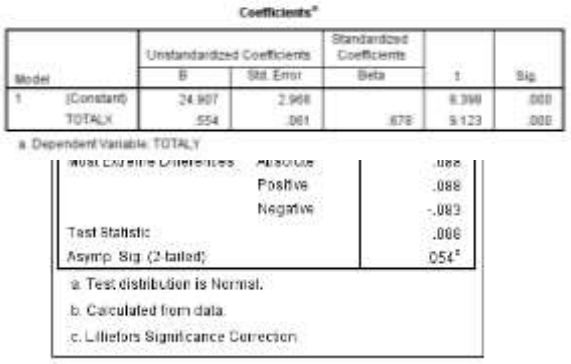
Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan Media Sosial Instagram @satuaremania (X) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,934 dari 12 item pernyataan, sedangkan variabel Konsolidasi Aremania Pasca Tragedi Kanjuruhan (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,895 dari 12 item pernyataan. Kedua nilai tersebut berada jauh di atas ambang batas minimum 0,60, bahkan tergolong dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada kedua variabel penelitian ini reliabel, konsisten, dan stabil sebagai alat ukur, sehingga layak digunakan untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis pada tahap pengujian hipotesis selanjutnya.

UJI NORMALITAS

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak, sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan analisis regresi linear. Pengujian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics 22. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang diperoleh lebih besar dari 0,05.

Tabel 3.4 Hasil Uji Normalitas



Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.907	2.968		8.390	.000
	TOTALX	.554	.061	.678	9.123	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.083
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil pengujian terhadap 100 responden menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,054, yang berarti nilai tersebut lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 0,05 (0,054 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Terpenuhinya asumsi normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi dan pengujian hipotesis, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel Pemanfaatan Media Sosial Instagram @satuaremania (X) terhadap variabel Konsolidasi Aremania Pasca Tragedi Kanjuruhan (Y). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics 22 menggunakan model persamaan regresi Y = a + bX (Sugiyono, 2016). Persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini dirumuskan dalam bentuk umum sebagai berikut:

Y = a + bX

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
X = Strategi pemasaran digital

Tabel 3.5 Hasil Uji Linearitas

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Nilai konstanta sebesar 24,907 menunjukkan bahwa apabila pemanfaatan Instagram @satuaremania dianggap tidak ada (X = 0), maka tingkat konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan tetap berada pada nilai dasar sebesar 24,907. Sementara itu, nilai koefisien regresi sebesar 0,554 menunjukkan arah hubungan yang positif, yang berarti setiap terjadi peningkatan satu satuan pada pemanfaatan Instagram @satuaremania, maka tingkat konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan akan meningkat sebesar 0,554 satuan. Arah hubungan yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas pemanfaatan Instagram @satuaremania oleh followers, semakin tinggi pula tingkat konsolidasi yang tercipta di antara komunitas Aremania pascatragedi Kanjuruhan.

UJI T

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian secara parsial, yaitu untuk mengetahui apakah variabel Pemanfaatan Media Sosial Instagram @satuaremania (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Konsolidasi Aremania Pasca Tragedi Kanjuruhan (Y). Adapun hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan.

Nilai t-tabel diperoleh berdasarkan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dan derajat kebebasan (df) = n − 2 = 100 − 2 = 98, sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,987. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai t-hitung sebesar 9,123 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Tabel 3.7 Hasil Regresi Linear Sedehana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.907	2.968		8.390	.000
	TOTALX	.554	.061	.678	9.123	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Berdasarkan Tabel 3.7, pengujian yang digunakan adalah: jika t-hitung < t-tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak; sebaliknya, jika t-hitung > t-tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa nilai t-hitung (9,123) lebih besar daripada nilai t-tabel (1,987), dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania berpengaruh secara signifikan terhadap konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan. Hasil ini menegaskan bahwa akun Instagram @satuaremania tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga secara nyata memfasilitasi terbentuknya ruang komunikasi digital yang memperkuat solidaritas dan interaksi antaranggota komunitas Aremania.

KOEFESIEN DETERMINASI

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel Pemanfaatan Media Sosial Instagram @satuaremania (X) terhadap variabel Konsolidasi Aremania Pasca Tragedi Kanjuruhan (Y). Nilai koefisien determinasi memiliki rentang antara 0 (nol) hingga 1 (satu), di mana semakin mendekati angka 1, semakin besar pula pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2023). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Kd = R^2 \times 100\%}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS Statistics 22, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,678 dan nilai R Square (R^2) sebesar 0,459. Jika dimasukkan ke dalam rumus perhitungan, maka diperoleh:

Tabel 3.8 Hasil Hipotesis

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678[a]	.459	.454	4.630

a. Predictors: (Constant), TOTALX
b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Nilai R^2 sebesar 0,459 (45,9%) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram @satuaremania mampu menjelaskan variasi konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan sebesar 45,9%, sedangkan sisanya sebesar 54,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti komunikasi tatap muka (offline), kepemimpinan organisasi, serta dinamika sosial-emosional pascatrauma. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial Instagram @satuaremania terhadap konsolidasi Aremania berada pada kategori sedang (moderat) hingga cukup kuat. Dengan demikian, meskipun pemanfaatan Instagram @satuaremania terbukti berpengaruh signifikan, tingkat konsolidasi Aremania pascatragedi Kanjuruhan tidak sepenuhnya ditentukan oleh faktor media sosial semata, melainkan juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor lain yang berada di luar cakupan model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Temuan ini konsisten dengan kerangka teori Uses and Gratifications, yang memandang followers sebagai audiens aktif yang memilih dan menggunakan Instagram @satuaremania untuk memenuhi kebutuhan informasi, sosial, identitas, dan hiburan (West, 2010). Pemenuhan keempat kebutuhan tersebut tampak dalam pola penggunaan akun: kebutuhan informasi terpenuhi melalui pembaruan agenda organisasi dan perkembangan advokasi korban; kebutuhan sosial terfasilitasi lewat fitur komentar, direct message, dan berbagi konten; kebutuhan identitas terekspresikan melalui simbol kolektif seperti slogan "Salam Satu Jiwa" dan warna khas Arema; sedangkan kebutuhan hiburan terpenuhi lewat konten ringan yang membantu meredam ketegangan emosional pascatragedi.

Nilai koefisien regresi positif dan signifikan menegaskan bahwa akun @satuaremania tidak sekadar berfungsi sebagai kanal penyebaran informasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang konsolidasi digital yang menjembatani komunikasi antaranggota yang tersebar di berbagai wilayah, sekaligus menjadi sarana koordinasi kegiatan solidaritas seperti doa bersama dan kampanye keadilan bagi korban Tragedi Kanjuruhan. Kondisi ini turut mendorong pergeseran pola dukungan Aremania dari rivalitas digital yang bersifat konfrontatif menuju narasi persatuan dan perdamaian antarsuporter.

Meski demikian, nilai R^2 sebesar 45,9% menunjukkan bahwa pengaruh media sosial berada pada kategori sedang (moderat) — mengindikasikan bahwa konsolidasi Aremania tidak sepenuhnya ditentukan oleh pemanfaatan Instagram semata, melainkan turut dipengaruhi faktor lain seperti kepemimpinan organisasi, komunikasi tatap muka (offline), serta dinamika sosial-emosional pascatrauma yang berada di luar cakupan model penelitian ini. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang umumnya menyoroti media sosial sebagai sarana mobilisasi identitas kolektif suporter secara umum (Habibi, 2023; Hamid, 2023; Minardi, 2023), penelitian ini memberikan kontribusi spesifik dengan menegaskan peran Instagram sebagai instrumen konsolidasi organisasi resmi dalam konteks krisis pascatragedi—bukan sekadar ruang pemberitaan, melainkan mekanisme pemulihan solidaritas dan identitas kolektif suatu komunitas suporter.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram @satuaremania memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap konsolidasi Aremania pasca Tragedi Kanjuruhan, dengan persamaan regresi Y = 24,907 + 0,554X yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan akun tersebut oleh followers, semakin tinggi pula tingkat konsolidasi yang terbentuk. Hasil uji t membuktikan pengaruh ini signifikan secara statistik (t-hitung 9,123 > t-tabel 1,987; sig. 0,000 < 0,05), sehingga H_1 diterima, dengan kekuatan hubungan kedua variabel berada pada kategori cukup kuat (R = 0,678). Besaran pengaruh sebesar 45,9% (R^2 = 0,459) menempatkan peran Instagram @satuaremania pada kategori sedang, sementara 54,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti kepemimpinan organisasi dan komunikasi interpersonal. Temuan ini memperkuat relevansi Teori Uses and Gratifications dalam menjelaskan bagaimana Aremania memanfaatkan Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi sekaligus memperkuat identitas dan solidaritas kolektif pasca krisis, serta menegaskan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana konsolidasi digital yang efektif bagi komunitas suporter dalam situasi pascatragedi.

SARAN

Bagi organisasi Satu Aremania, disarankan untuk terus mengembangkan kualitas pengelolaan konten Instagram @satuaremania agar lebih informatif, edukatif, dan konsolidatif, sehingga interaksi antaranggota dapat terus berkembang secara positif dan solidaritas komunitas tetap terjaga dalam jangka panjang. Bagi pengelola akun, disarankan untuk lebih aktif membangun *engagement* melalui diskusi interaktif dan kampanye solidaritas, serta mendorong kolaborasi dengan kelompok suporter lain, agar proses konsolidasi tidak berhenti pada ranah digital semata, melainkan berlanjut menjadi kegiatan nyata di lingkungan masyarakat. Bagi Aremania sebagai pengguna, disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara bijak sebagai sarana komunikasi dan penguatan solidaritas, serta menghindari penyebaran ujaran provokatif yang berpotensi memicu konflik antarkelompok suporter. Adapun bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang turut memengaruhi konsolidasi komunitas suporter, seperti kepemimpinan organisasi, budaya suporter, komunikasi interpersonal, maupun faktor sosial-emosional pascatrauma, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika konsolidasi komunitas pascakrisis.

DAFTAR PUSTAKA

Akun, P., & Yessica, T. (2025). *Pengaruh Arema FC Official Site. (2023). Arema FC. https://aremafc.com/news/aremania*

Aremania. (2024, Juni 9). Peran Presidium Aremania Utas dalam Menentukan Kebijakan Klub Arema. Wearemania.net. https://www.wearemania.net/aremania/peran-presidium-aremania-utas-dalam-meentukan-kebijakan-klub-arema/42283

Arfan. (2024). Komunikasi kelompok dalam resolusi damai peristiwa islah suporter Mataram pasca tragedi Kanjuruhan. Jurnal Komunikasi Pemberdayaan, 3, 120.

Eko. (2025). Pengaruh fanatisme terhadap agresi verbal suporter Timnas Indonesia di media sosial. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4(1), 4056–4062.

Fathurrahman, M. (2019). Fanatisme suporter sepak bola Indonesia perspektif perilaku kolektif (Studi kasus suporter tim sepak

bola Persija Jakarta Korwil Rempoa Jakarta Selatan) [Skripsi]. UIN Jakarta.

Gunanto, A. R. (2015). Representasi fanatisme supporter dalam film Romeo dan Juliet. Jurnal Visi Komunikasi, 14, 240.

Habibi, M., & H., D. (2023). Analisis framing Robert Entman pemberitaan Tragedi Kanjuruhan di media asing. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, 7(1), 43–64.

Hamid, S. S. N., & A., D. (2023). Analisis framing pemberitaan media narasi tentang Tragedi Kanjuruhan Malang. Karya Ilmiah Mahasiswa Bertauhid, 2(1).

Hanifah, Z., & S., H. (2023). Analisis framing pemberitaan Tragedi Kanjuruhan pada media online Detik.com dan Radar Malang (Analisis framing Zhong Dang Pan dan Gerald M. Kosicki). Jurnal Wahana Pendidikan, 697–698.

Indria. (2015). Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola. Jurnal Psikologi, 52–53.

Kosasi, S. B. (2022). New media: Instagram @bolalobfootball sebagai media informasi sepakbola masyarakat Kota Tangerang. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 109–110.

Minardi, R. L. (2023). Sentiment analysis terhadap perspektif warganet atas Tragedi Kanjuruhan Malang di Twitter menggunakan Naïve Bayes Classifier. Jurnal Informatika, 45–53.

Norman. (2023). Sepak bola dan politik: Mobilisasi suporter PSIS untuk pemenangan Yoyok Sukawi dalam pemilihan legislatif tahun 2019. Journal of Politic and Government Studies, 6.

Purnamasari, I. (2015). Faktor pendorong fanatisme pada suporter klub sepak bola Arsenal di Balikpapan. Jurnal Ilmiah Psikologi, 355.

Rozi, M. F., & R., J. (2023). Asosiasi Suporter Sepak Bola Indonesia (ASSI): Solusi perdamaian dan keadilan pada sepak bola Indonesia sebagai penunjang tujuan SDG ke-16. Jurnal Khazanah, 15(1), 11–12.

Sajidin, S. (2014). Pelembagaan bentuk badan hukum suporter menuju pengelolaan klub sepakbola berbasis peran serta suporter (Studi pada kelompok suporter Aremania dan klub Arema Indonesia). Kumpulan Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum, 2.

Sandi, R. (2022). Framing media online Detik.com terhadap pemberitaan korban pengeroyokan oleh Bobotoh. Kajian Jurnalisme, 146.

Setiawan, B. (2024, Mei 25). Bentuk organisasi legal, Arema fans gelar Munas Aremania Satu. Totalsport.id. https://totalsports.id/bentuk-organisasi-legal-arema-fans-gelar-munas-aremania-satu/

Sugiyono. (2011). Metode penelitian pendidikan. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian dan pengembangan (Research and Development/R&D). Alfabeta.

Wahyudi, S. A. (2024). Konsolidasi media dan objektivitas berita: Tinjauan laporan Pemilu 2024 di CNN Indonesia. Jurnal Media Akademik, 12.

West, R. L. (2010). Introducing communication theory: Analysis and application (Vol. 2). McGraw-Hill.

Widya, K. (2022). Tragedi Kanjuruhan dan penyalahgunaan wewenang dalam pelaksanaan prosedur administrasi negara. Jurnal Masalah-Masalah Hukum, 415.

Zuhrotun. (2015). Peran koordinator Bonek dalam mengendalikan perilaku agresif suporter Persebaya (Bonek) di Surabaya. Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, 348.

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital , Konten Edukasi , dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen. *9*(2016), 5938–5944.

APJII. (2025). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*.

Arief, G. M., & Millanyani, H. (2015). *Pengaruh social media marketing melalui Instagram terhadap minat beli konsumen.*

Assadeqi, F. M., Pudak, K. M., & Digital, P. (2025). *Strategi Integrasi Pemasaran Digital Di Era Perubahan Alogaritma : Pendekatan Teori Intergrasi Pemasaran Pada Mm Foodcourt Mabuun Kecamatan Murung Pudak*. *01*(02), 92–108.

Atmaja, I. M. D., Maradona, I. M. S., & Diana, K. T. S. (2023). Pengaruh Sosial Media

Facebook Pada Penjualan Studi Kasus Pada UMKM Group Wisata Kuliner Pringsewu. *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, *1*(2), 50–60. https://doi.org/10.57119/litdig.v1i2.91

Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, *10*(1),26.https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284

BPS, B. P. S. (2024). Data BPS 2024, 21,47% Penduduk Kota Surabaya. *Databoks*.

Budhi, G. S. (2019). *Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahan Jual-Beli Online Lazada Indonesia*. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*. *1(2)*(2), 78–83.

Dian, B., Wibowo, A., Islam, U., Uin, N., Wahid, K. H. A., Islam, U., Uin, N., & Wahid, K. H. A. (2024). *Transformasi Pola Konsumsi Makro Ekonomi di Era Digitalisasi : Analisis Peluang dan Tantangan*. *2*(1), 164–171.

Elisabet. (2024). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *3*(01), 20–25.

Ellis-Chadwick, D. C. & F. (2022). *Digital Marketing*.

Hidayat, Z. H. & S. (2017). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan.*

Hutagaol, F. P., Mesran, & Lubis, J. H. (2021). Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) dalam Pemilihan Handphone Bekas. *Bulletin of Information Technology (BIT)*, *2*(2), 63–68.

Irsalina, H., & Budiarti, W. (2024). *Do continuity Marketing , one-to-one marketing , Partnering Programs and Corporate Social Responsibility Define Customer Loyalty of a Bank Company ? The Intervening Role of Customer Satisfaction*. *8*(2), 117–132.

Jannah, R. ahmitul. (2025). *R ahmitul Jannah*. *5*(2), 17083–17100.

Jihad, N., Iswandi, I., & Abdurrazaq, M. N. (2023). Transaksi Jual Beli Online Handphone Bekas dalam Tinjauan Hukum Islam di Grup Media Sosial Facebook (Studi Kasus di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 1697–1708. https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/5476

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Komdigi Ajak Operator Seluler Dukung Pemutakhiran Data Pelanggan sebagai Langkah Nyata Jaga Ruang Digital Tetap Aman*.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*.

Kulsum, N. M., & Darmawan, D. (2025). *The Rise Of Facebook Marketplace In Indonesia : 6*(2), 96–113.

Mahyuzar, H., & Wardoyo, E. (2024). *The Effect of Social Commerce Construct On Buying Intentions via Consumers Trust in Sellers*. *12*(5), 1925–1932. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2532

Mariana, R., Wadu, B., Wirawan, R., Studi, P., Informasi, S., & Komputer, F. I. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli , Kepuasan Konsumen dan Peluang Pasar Smartphone di Indonesia*. *4221*, 51–60.

Muhammad, D. (2019). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, *15*(2), 116–123.

Nafi'ah, R. (2020). Pelanggaran Data Dan Pencurian Identitas Pada E-Commerce. *Cyber Security Dan Forensik Digital*, *3*(1), 7–13. https://doi.org/10.14421/csecurity.2020.3.1.1980

Putri, N. (2021). *Tingkat Kepercayaan Konsumen Remaja Generasi Z Di Surabaya*. *July*.

Rahman, W., & Faisal, A. (2023). *Literature Study : Utilization of Social Media Applications Instagram , Facebook dan TikTok as Marketing Media*. *4*(1), 1808–1817.

Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2001). *E-Commerce*.

Rezha Devi Anggreini, S. (2025). *Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat*. 91–102.

Safitri1, D. (2025). *Peran Social Commerce Dan M-Commerce Terhadap Perubahan Perilaku Belanja Konsumen Difana*. *10*.

Saprudin, S., Awalludin, D., & Nasri, N. (2024). Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Percetakan Melalui Facebook Ads (Studi Kasus Pada Houseprinting Di Kabupaten Karawang). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, *4*(1), 80–87. https://doi.org/10.35969/inotek.v4i1.416

Sarana, M. A. (2021). *Analisis Penentuan Marketing Channel Berdasarkan Segmentasi Behavioural Pemilik Kendaraan: Studi Kasus PT Multistrada Arah Sarana, Tbk 1*. *2*, 1–16.

Sholeh, M., & Basuki, U. J. (2021). *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pendampingan Penggunaan Facebook Marketplace sebagai media promosi dan transaksi penjualan bagi pelaku UKM*. *4*, 36–42.

Siddik, R., & Veronica, M. (2024). *Pengaruh Konten Kreatif , Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi TikTok*. *10*(2), 1048–1058.

Social, W. A. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*.

Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). *Strategi pemasaran melalui pemasangan iklan di media sosial.*

Sularno, M. (2025). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Di Era Media Sosial. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *20*(1), 228–240. https://doi.org/10.46975/pq81ef55

Syahbani, A., Fatchurrohman, M., & Kusmayati, N. K. (2025). *Pengaruh Ulasan Online dan Rating terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tiktok Shop*. *4*(3), 7207–7215.

Wibowo, & Ahmad Qosyim. (2025). *Perlindungan Konsumen pada Transaksi di Marketplace*. 6. https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html

Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang Prima Aulia. *Jurnal Riset Psikologi*, *5*(4), 178–186.