

Komodifikasi Konten Tawuran Antar Kelompok Gangster di Kalangan Remaja di Jakarta Timur

Commodification of Gangster Group Brawl Content Among Teenagers in East Jakarta

Alit Adi Saputra¹, Danang Purwanto²

^{1,2}Universitas Sebelas Maret

alitaddiesaputra@student.uns.ac.id, mdpur@staff.uns.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat

Diterima: 1 Mei 2025

Direvisi: 20 Mei 2025

Disetujui: 30 Mei 2025

Kata Kunci

Konten Tawuran Gangster
Situs Judi Online
Endorsement
Komodifikasi

Keywords

Brawl Content
Gangster
Online Gambling Site
Endorsement
Commodification

ABSTRAK

Gangster brawl content is widely consumed by the public, marked by high levels of Instagram engagement. This reality can bring opportunities for content commodification that generates financial gain through endorsement practices. This is because high engagement can attract advertisers to collaborate on endorsements. The researcher uses the Media Commodification perspective by Vincent Mosco. The main objective is to identify the causes and how the process of commodification of gangster brawl content occurs. Qualitative research methods with a case study approach and snowball sampling techniques. Primary data collection techniques through FGDs, in-depth interviews, and digital content observations. Data validity testing uses triangulation techniques. The results of the study show that the reality of brawl content commodification occurs through online gambling site endorsement practices and also the sale of gangster group identity merchandise as an advantage of having high engagement and prestige in the gangster brawl scene. Implications for community stakeholders can trigger preventive efforts for the surrounding environment related to new patterns of juvenile delinquency today, and have value for the authorities to enforce criminal law violations in this case strategically.

Abstract

Konten tawuran gangster ramai dikonsumsi publik dengan ditandai tingkat *engagement* instagram yang tinggi. Realitas ini dapat membawa peluang terjadi komodifikasi konten yang menghasilkan keuntungan finansial melalui praktek *endorsement*. Sebab, *engagement* yang tinggi dapat menarik pengiklan untuk bekerja sama *endorsement*. Peneliti menggunakan perspektif Komodifikasi Media oleh Vincent Mosco. Tujuan utamanya mengidentifikasi penyebab dan bagaimana proses terjadinya komodifikasi konten tawuran gangster. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teknik pengambilan sampel *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data primer melalui FGD, wawancara mendalam, dan observasi konten digital. Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan realitas komodifikasi konten tawuran terjadi melalui praktek *endorsement* situs judi online dan juga jualan merchandise identitas kelompok gangster sebagai keuntungan memiliki *engagement* dan prestise yang tinggi dalam skena tawuran antar gangster. Implikasi bagi stakeholder masyarakat, dapat memancing upaya preventif bagi lingkungan sekitarnya terkait pola baru kenakalan remaja masa kini, serta memiliki nilai bagi pihak berwenang guna penegakan pelanggaran hukum pidana kasus ini secara strategis.



Copyright © 2025 Alit Adi Saputra, Danang Purwanto

1. Pendahuluan

Media sosial berkembang tak lagi sekadar menjadi ruang sosial sekunder, melainkan bertransformasi menjadi ruang sosial primer (Gibson, 2015). Media sosial telah menjadi kebutuhan sosial untuk selalu terlibat di dalamnya. Masyarakat menggunakan media sosial layaknya dunia nyata (ruang sosial primer) yang dapat mengakomodir aktivitas sosial sehari-hari, sebagai media penghibur diri, sampai menciptakan aktivitas ekonomi secara digital. Wijaya & Putranto (2023) melalui penelitiannya mengemukakan bahwa saat ini instagram menjadi salah satu platform media sosial dengan potensi aktivitas ekonomi terbesar di dunia. Aktivitas ekonomi didalamnya berjalan melalui dua metode. Pertama, monetisasi langsung dari platform instagram, berupa monetisasi langganan akun berbayar untuk konten eksklusif, dan iklan yang disematkan oleh Instagram. Kedua, ekosistem promosi berbayar (*paid promote*) yang berjalan diantara pengguna itu sendiri (*endorsement*) (Wijaya & Putranto, 2023).

Pada perspektif lain, media sosial digital semakin dapat menunjang eksistensi individu dengan menciptakan medianya sendiri untuk berekspresi (Adiyanto & Ashari, 2021). Penggunaan media sosial erat kaitannya dengan orientasi mendapatkan banyak perhatian (*viewers*) yang menghasilkan kepuasan diri akan perhatian dan tanda aktualisasi diri. Keinginan adanya pengakuan atas keberadaan dirinya mendorong seseorang mengejar eksistensi diri untuk mencapai kehidupan yang

lebih bermakna (Hayumi, 2014). Memiliki banyak pengikut dan tingkat eksistensi yang tinggi di instagram dapat membawa peluang menghasilkan pundi-pundi ekonomi. Eksistensi sebagai kata kunci yang mendasari peluang tersebut. Eksistensi dimaknai secara sederhana dan menjadi tujuan utama sehingga meraihnya pun cenderung dengan mengupayakan segala cara. Salah satunya dengan mengunggah konten kontroversial yang dapat dengan mudah meraih banyak penonton, berbuah pada eksistensi maupun ketenaran si pengunggah konten, dan berujung mendatangkan peluang keuntungan ekonomi.

Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) dalam acara Jakarta Digital *Conference* pada tanggal 4 Juli 2024 menyatakan hasil penelitiannya yang menunjukkan media sosial didominasi oleh konten tidak berkualitas. Alih-alih berorientasi pada kualitas, justru konten media sosial berorientasi pada market atau audiens. Yadi Hendriana selaku narasumber yang juga merupakan Ketua Komisi Pengaduan dan Penegakan Etika Pers dan Anggota Dewan Pers mengungkapkan data yang dihimpun oleh komisinya terkait tiga tingkatan jenis konten media sosial yang paling diminati masyarakat. Konten kekerasan pada urutan teratas, kedua adalah konten horor, dan konten seksual pada urutan terakhir (Arliprayanda, 2024). Realita ini menunjukkan bahwa konten tawuran yang tergolong jenis konten kekerasan memiliki peminat yang tinggi.

Media sosial instagram disalahgunakan untuk menyebarkan

konten tawuran dengan lebih mudah, cepat, dan massif untuk mendapatkan eksistensi diri dan pengakuan hebat dari kelompok lain. Pelaku tawuran beradaptasi dan berinovasi menyesuaikan era digital. Mereka membuat akun media sosial atas nama kelompok gangster masing masing, kemudian secara konsisten mengunggah cuplikan kegiatan tawuran yang dilakukannya dengan kelompok gangster lainnya untuk kepentingan eksistensi kelompok dan aktualisasi diri anggota di dalamnya.

DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi dengan tingkat kasus tawuran antar gangster tertinggi di Indonesia. Terkhusus wilayah Kota Jakarta Timur menjadi wilayah di DKI Jakarta yang paling sering terjadi tawuran antar gangster. Kapolres Metro Jakarta Timur, Kombes Pol Nicolas Ary Lilipaly menyatakan bahwa Kota Jakarta Timur menjadi wilayah paling darurat tawuran di Provinsi DKI Jakarta karena tak ada satu kecamatan pun di Jakarta Timur yang tidak terjadi tawuran. Intensitas tawuran tertinggi terjadi di Kecamatan Matraman, Duren Sawit, dan Cakung (Prastiwi & Carina, 2024).

Latar belakang terjadinya tawuran antar gangster cenderung memiliki pola yang serupa. Saling mengejek dan sengaja membuat janji waktu maupun lokasi tawuran melalui akun media sosial (Wibowo, 2023). Sebagai contoh kasus 21 Februari 2024 di Jakarta Timur terjadi pengeroyokan anggota gangster "Anak Lapak Klender" oleh kelompok gangster "Bhirues/Biang Rusuh" (Irwinsyah, 2024). Realitas patologi sosial tawuran ini terjadi

dengan pola yang sama, yakni masing-masing kelompok yang berjanjian bertemu untuk melakukan aksi tawuran melalui media sosial.

Studi ilmiah karya (Andrian, Saputra & Salsabil, 2024) menggambarkan cara kelompok gangster memanfaatkan media sosial instagram guna melancarkan tujuan tawuran yang disebarkan demi mendulang eksistensi. Kelompok Gangster Mawar Hitam mayoritas pelajar dibawah umur yang bermarkas di Kec. Curug Kab. Tangerang, Banten dengan sengaja melakukan aksi tawuran melawan kelompok gangster lainnya setiap malam minggu di daerah Tangerang bahkan sampai daerah luar Tangerang. Mereka merekam aksi tawuran menggunakan ponsel genggam dan mengunggahnya di media sosial Instagram untuk tujuan merasa hebat mendapat sanjungan dari kelompok gangster lainnya serta mendapatkan peningkatan jumlah pengikut di Instagram. Sejalan dengan temuan penelitian oleh Pangestu (2023), dalam penelitiannya mengenai penyalahgunaan instagram untuk menyebarkan konten tawuran oleh siswa SMP di Kec. Jagakarsa, Jakarta Selatan, juga mengemukakan bahwa salah satu faktor penyebabnya adalah hiburan dan kepuasan ditengah pengaruh lingkungan pertemanan.

Kedua hasil di atas masih berfokus pada penggunaan media sosial untuk menyebarkan konten dan melakukan perjanjian tawuran. Penelitian ini membawa kebaruan dengan mengkaji bagaimana media sosial instagram dimanfaatkan menjadi wadah menyebarkan konten

tawuran antar kelompok gangster sebagai media aktualisasi dan eksistensi diri, tetapi sekaligus juga terjadi aktivitas ekonomi di dalamnya atas hasil dari konten tawuran tersebut. Guna mengidentifikasi realitas ini lebih mendalam secara ilmiah, peneliti menggunakan perspektif kajian ekonomi politik media, yakni Komodifikasi Media oleh Vincent Mosco. Komodifikasi disini akan menjelaskan transformasi terciptanya nilai guna fenomena tawuran antar gangster melalui konten tawuran yang diunggah di instagram menjadi proses transaksi ekonomi di kalangan anak muda di Jakarta Timur. Penelitian ini menjadi penting karena dapat menjadi bahan kajian akademis bagi penegak hukum dalam melihat aliran dana yang mungkin digunakan untuk membiayai kegiatan tawuran. Apabila hal tersebut bisa dicegah, memungkinkan adanya harapan untuk meminimalisir delikueni yang terjadi sehingga keamanan dan kenyamanan sosial dapat terjaga.

2. Metode

Penelitian ini mengupas isu terkini konten tawuran gangster di Instagram yang berpeluang terjadinya komodifikasi yang menghasilkan keuntungan finansial melalui kolaborasi promosi berbayar di Instagram. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran tentang penyebab dan bagaimana proses komodifikasi konten tawuran gangster terjadi. Penelitian dilakukan di tempat yang menjadi titik kumpul kelompok gangster di Kota Jakarta Timur (Kecamatan Cakung). Lokasi tersebut dipilih karena Kota Jakarta Timur tercatat sebagai kota paling

darurat tawuran gangster dibandingkan kota-kota lain di Provinsi Daerah Khusus Jakarta. Penelitian dilakukan dalam kurun waktu Januari hingga Mei 2025, dimulai dari tahap perencanaan penelitian, pengumpulan data, hingga tahap verifikasi dan penarikan kesimpulan. Bagian ini menguraikan metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, kategori narasumber, dan validasi data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam hal ini, penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan menganalisis proses produksi konten tawuran, hingga proses transformasi konten agar menghasilkan nilai ekonomi. Teknik *snowball sampling* digunakan dalam penelitian ini mengingat sulitnya dalam memperoleh sampel atau informan pada topik yang tergolong ekstrem. Teknik ini memungkinkan peneliti menggunakan jaringan sosial atau referensi dari partisipan awal untuk mengidentifikasi sampel karena hanya ada 1 informan kunci.

Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi digital. Teknik wawancara mendalam semi terstruktur menjadi landasan pengumpulan data untuk penelitian ini. Pertanyaan yang diajukan dikembangkan berdasarkan jawaban terbuka dari informan, tetapi tetap berpedoman pada kerangka tema wawancara. Dokumentasi digunakan sebagai sumber data sekunder dari penelitian formal dan informal terdahulu untuk memperkuat sumber data primer.

Observasi digital berupa materi audiovisual pada media sosial Instagram kelompok gangster

digunakan sebagai sumber data sekunder.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Gender	Usia	Peran
1	ME	Pria	26 tahun	Informan kunci/member grup
2	BP	Pria	28 tahun	Senior/member grup
3	BR	Pria	15 tahun	Mantan administrator media /member grup
4	BA	Pria	16 tahun	Junior/member grup

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi sumber data, cara pengambilan data, dan waktu. Tujuannya adalah mengkalibrasi data agar menghasilkan hasil yang saling berhubungan. Analisis data dalam penelitian ini difokuskan pada tiga tahap. Pertama, tahap kondensasi data untuk memfokuskan data yang dihasilkan dari sumber primer. Indikator yang digunakan untuk mendeskripsikan; gangster; tawuran antar gangster; konten tawuran; dan komodifikasi promosi berbayar. Kedua, display data dimaksudkan untuk mengkategorikan dan mengorganisasikan data sehingga mudah diinterpretasikan. Ketiga, conclusion drawing and verification bertujuan untuk menarik simpulan data yang konsisten dan berkelanjutan setelah melalui berbagai prosedur pengolahan data, sehingga simpulan yang diajukan dapat dianggap valid dan kredibel.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Kelompok Gangster R Jakarta Timur

Cambridge *dictionary* mendeskripsikan gangster yang dimaknai sebagai sekelompok anak

muda yang utamanya laki-laki dengan hobi berkelahi dengan kelompok lain serta berperilaku buruk (Generasi Milenial, 2022). Deskripsi tersebut sangat relevan dengan temuan penelitian yang menggambarkan kelompok gangster dengan identitas yang sengaja dibentuk dan melekat pada diri anggotanya yang tercermin pada konten video tawuran dengan kelompok lainnya yang tersebar di media sosial instagram (Yanizon & Sesriani, 2019).

Kelompok Gangster R sejatinya hanya sekumpulan pemuda dalam lingkungan tempat tinggal yang sama di dalam salah satu komplek di Jakarta Timur. Kegiatan awal kelompok ini selayaknya lingkungan pertemanan anak muda pada umumnya yang familiar disebut "tongkrongan". Hingga pada suatu hari terjadi konflik dengan "tongkrongan" komplek lain yang letaknya bersebelahan dengan mereka. Perkelahian fisik menggunakan sarung yang mereka sebut sebagai perang sarung menjadi cikal bakal awal mula terbentuk gangster dan akun media sosial instagram yang sampai sekarang terus berkembang.

Akun instagram gangster ini dibuat tahun 2022, awal mulanya guna mengakomodir perang sarung tersebut, membuat janji kesepakatan waktu dan tempat berlangsungnya perang sarung. Tujuan utama lainnya juga sebagai media dokumentasi aktivitas perang sarung tersebut untuk memenuhi hasrat eksistensi akun kelompok gangstern sekaligus sebagai aktualisasi diri bagi anggota kelompok gangster tersebut yang berjumlah sekitar 20-30 orang dengan mayoritas anggota berusia remaja yang masih duduk di bangku sekolah menengah. Fenomena eksistensi akun media sosial instagram bagi kelompok gangster ini menyebarkan video tawuran bukanlah hal baru. Menurut informan ME, fenomena ini sudah terjadi sekitar tahun 2018-2019.

"Akun-akun yang gede, kaya JM aja udah dari lama itu, bocah gue udah pada tau, makanya gue juga ikut bikin akun sekitar 2022 atau 2023 gitu. Kalau yang akun akun yang lama, sekitar tahun 2019. Contoh dari akun temen gue yang anak (Jakarta) Utara

dia dari tahun 2018/2019 sudah terjun. Cuma belum terlalu gede kaya sekarang."
(ME, 2025)

3.2 Konten Tawuran Antar Gangster

Riset dari Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) tahun 2024 menunjukkan konten kekerasan menduduki tingkat minat tertinggi masyarakat pada kategori konten media sosial di Indonesia, setelahnya ada jenis konten horror, kemudian jenis konten seksual. Artinya, pengikutnya yang menikmati konten tawuran bukan hanya dari kalangan sejawat anggota kelompok gangster atau pelaku tawuran lainnya, melainkan masyarakat luas. Realitas ini menunjukkan bahwa konten tawuran antar gangster ini memiliki pasarnya tersendiri yang menikmati. Validasi atas realitas ini ditunjukkan pada gambar berikut ini, bahwa ada beberapa konten video unggahan dari kelompok gangster tersebut yang dilihat puluhan ribu, bahkan hingga ratusan ribu penonton.

Gambar 1. Jumlah Viewers Konten Tawuran Gangster R



Sumber: Observasi pribadi (29 April 2025)

Eksistensi menjadi motif utama yang mendasari tindakan penyebaran konten tawuran di Instagram. Demi mencapai popularitas diantara kelompok gangster lainnya, intensitas tawuran yang tinggi, serta reputasi tawuran yang baik perlu diusahakan kelompok gangster dengan cara memenangkan tawuran dan melakukan glorifikasi atas kemenangan tawuran tersebut di Instagram dalam bentuk konten yang diunggah. Bagi pribadi anggotanya, aktualisasi diri menjadi motif utama dalam bentuk prestise yang dirasakan. Seperti pernyataan informan BR;

"Banyak sih sebenarnya, kaya upload videonya sendiri lagi ribut, muka dia sendiri diupload ke SW (story WA) atau IG (instagram)... biasanya buat pamorlah."
(BR, 2025).

Bergabung dan mengikuti tawuran antar gangster menimbulkan rasa bangga dan gagah pada diri anggota gangster, terlebih saat keadaan menang tawuran dan dapat menyebarkan konten kemenangan tawuran, yang disisi lain sama dengan konten tindakan kekerasan kepada lawan. Kekerasan yang umum dilakukan kelompok gangster dalam bentuk melukai lawan dengan benda tumpul maupun benda tajam (celurit), menembak dengan petasan, hingga sengaja menyiram tubuh lawan

dengan air keras. Kekerasan dengan menggunakan persenjataan ini tidak hanya sekadar aksi panggung semata, melainkan sebenarnya ingin melukai lawan bahkan hingga menghilangkan nyawa. Semakin berbahaya adegan dalam konten tawuran, biasanya akan semakin berpotensi viral ditonton banyak orang.

Gambar dibawah ini mendeskripsikan konten tawuran yang bukan sekadar aksi panggung rekayasa semata antar para kelompok gangster, melainkan perkelahian yang benar-benar bisa melukai lawan. Pada konten tersebut, terlihat musuh yang sudah terjatuh dengan senjata tajam celurit yang siap menebas bagian tubuh lawan. Adegan ini tergolong "hot" yang digunakan anggota gangster untuk mendeskripsikan adegan tawuran yang terekam dengan caption yang bersifat provokatif, dan berpotensi viral. Sejalan dengan FGD bersama informan (21 Maret 2025):

"Emang beneran berantem ini gak ada yang settingan, masa misalkan kaya gue janjiin sama orang, eh jangan sampe mati, yak, kita udah gak bisa itu... kan gue bilang kadang ada beberapa orang yang misalkan udah ada yang jatuh nih, emang gak dimatiin, cuma kan ada beberapa orang yang ini, asal bacok asal bacok (musuh) bisa mati"
(FGD, 2025).

Gambar 2. Contoh Adegan Konten Tawuran



Source: Observasi pribadi (29 April 2025)

Teknik pengambilan video saat berlangsungnya tawuran dilakukan dengan pembagian tugas sebelum aksi tawuran. Ada 3 peran, pertama peran videografer yang bertugas mengambil video atau melakukan *live streaming* instagram saat tawuran. Kedua, peran pemegang senjata yang siap maju melawan musuh dengan senjata yang dimilikinya, biasanya berupa senjata tajam, petasan, batu batuan, hingga air keras. Ketiga, peran joki motor yang bertugas *standby* mengendarai motor untuk membonceng pemegang senjata saat menuju lokasi tawuran, maupun meninggalkan lokasi tawuran sesegera mungkin saat keadaan sudah tidak kondusif, seperti penyergapan polisi atau keadaan kalah.

Teknis pembuatan konten tawuran seperti editing dan

pengunggahannya pun dilakukan dengan strategi dan tidak sembarang. Teknik editing dengan memilih beberapa *footage* video yang dramatis dan berpotensi viral dengan durasi yang tidak terlalu panjang untuk kebutuhan video pendek *reels* pada instagram. Pemilihan latar belakang musik dengan genre lagu yang viral untuk menargetkan konsumen konten secara umum, dan juga lagu yang bersifat sedih atau frustrasi, dibalut dengan caption kalimat yang dapat menimbulkan kesan kesedihan mendalam guna menarik simpati penonton atas usaha yang tersirat berupa pelampiasan atau perjuangan atas masalah yang dilalui. Reabilitas yang dimunculkan atas sesuatu yang bisa dipahami dan dirasakan sama oleh khalayak, menjadi strategi dalam teknik editing konten tawuran.

Konten tawuran yang berhasil viral dengan ribuan penonton akan membawa banyak peluang keuntungan secara sosial maupun ekonomi bagi akun kelompok gangsterr (Isroissholikhah, 2022). Konten yang viral akan membawa nama akun gangster semakin luas terkenal, kemudian akan banyak mendapat pengikut baru, yang juga ditandai dengan bertumbuhnya angka penonton konten semakin banyak. Angka penonton konten dan pengikut akun instagram yang tinggi, akan membawa potensi keuntungan ekonomi melalui praktek *endorsement* di instagram dan juga peluang untuk membuat merchandise gangster untuk diperjualbelikan secara umum. Keuntungan ekonomi ini menjadi faktor selanjutnya yang melatarbelakangi bagaimana konten tawuran antar gangster semakin masif tersebar di instagram.

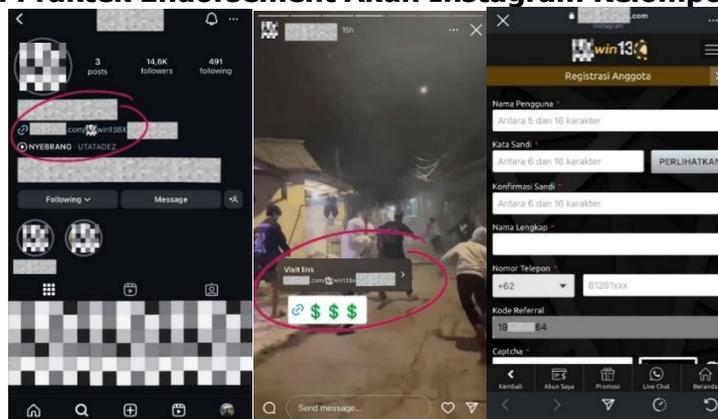
3.3 Transaksi Ekonomi (1): Promosi Berbayar Situs Judi Online

Aktivitas ekonomi yang terjadi dalam bentuk *endorsement* yakni pemberian rekomendasi dari tokoh atau pihak tertentu yang memiliki kekuatan audiens (disebut;

endorser/influencer) terhadap suatu produk barang, jasa, atau orang lain. Melalui tokoh atau akun instagram yang memiliki *engagement* konten yang tinggi, yakni tingkat interaksi dan keterlibatan audiens yang tinggi atas kontennya, tercermin dalam jumlah pengikut, jumlah penonton, dan jumlah *like*, *comment*, atau *share* yang menunjukkan keterlibatan serta ketertarikan dengan konten tersebut.

Normalnya, dalam aktivitas *endorsement* antara endorser dan produk yang akan direkomendasikan bersifat linier. Artinya, keduanya saling berhubungan yang memiliki kesamaan karakter audiens, atau jenis konten yang dimiliki endorser dengan jenis produk yang akan direkomendasikan. Semakin cocok karakter yang dimiliki endorser dengan produk yang akan direkomendasikannya, maka potensi keberhasilan promosi yang dilakukan semakin tinggi. Pada akun kelompok gangster dengan konten tawurannya berhasil menjalin kerja sama promosi digital berbayar (*endorsement*) dengan situs judi online untuk merekomendasikan situs judi online tersebut kepada audiens akunnya.

Gambar 3. Praktek Endorsement Akun Instagram Kelompok Gangster



Hasil analisa dan juga wawancara yang dilakukan menunjukkan keserasian antara kebutuhan promosi situs judi online dengan karakter audiens dari akun kelompok gangster. Anak muda, dan remaja dengan pola pikir yang belum matang, serta lingkungan sosialnya yang cenderung negatif semakin menambah potensi keberhasilan promosi situs judi online melalui konten tawuran antar gangster. Dalam wawancara dengan narasumber ME menunjukkan hasil sebagai berikut:

"Pasarannya karena anak muda semua, jadi pasaran dia (situs judol) tuh anak muda. Dulu dia fokusnya ke influencer, cuma karena influencer lagi di iniin banget (banyak yang ditangkap polisi), makanya dia lari ke akun-akun kaya gitu (akun gangster)... tepat sasaran juga, sih. Pasarnya dia ngincer yang anak muda, anak-anak tanggung yang

pola pikirnya gampang (terpengaruh)."(ME, 2025).

Dalam FGD bersama informan ME, BR, BA, dan BP (21 Maret 2025), dijelaskan secara kronologis bagaimana mekanisme kerja sama *endorsement* situs judi online sejak tahun 2023 hingga sekarang. Ada syarat minimum jumlah *engagement views story* yang harus dipenuhi minimal seribu orang *views story* pada periode awal sekitar tahun 2023. Target dan ketentuan yang harus dicapai oleh endorser hanyalah ketepatan waktu posting *story* dengan menyematkan link situs judi online tersebut sebanyak 3 kali posting dalam sehari selama 1 minggu penuh. Berkembang hingga periode sekarang, ada target lain yang harus dicapai selain ketentuan 3 kali posting *story* dalam sehari, berupa target referral pengguna situs tersebut yang mengakses situs melalui link yang disematkan oleh endorser. Berikut ini gambaran rincian perkembangannya.

Tabel 2. Mekanisme Endorsement Gangster R.

Periode	<i>Followers</i>	<i>Engagement Views Story</i>	Nilai Kerja Sama (Rp)	Target Capaian
Awal: 2023	4.000 <i>Followers</i>	1.000 <i>views/story</i>	Rp200.000 – Rp300.000/ <i>week</i>	posting 3x sehari dalam 1 minggu (1) posting 3x sehari dalam 1 minggu
Sekarang: 2025	14.000 <i>Followers</i>	5.000 <i>views/story</i>	Rp1.200.000 – Rp1.500.000/ <i>week</i>	(2) Mencapai 80-100 Refferal klik link situs judol dalam 1 minggu

Gambaran teknis alur bagaimana akun kelompok gangster bisa menjalin kerja sama *endorsement* dengan situs judi online, diawali dengan ketercapaiannya memiliki ribuan

pengikut, dan postingan dengan *engagement (like, comment, views)* yang tinggi di instagram. Pihak situs judi online akan menghubungi akun dengan kriteria tersebut dan menawarkan kerja sama dengan

syarat dan ketentuan jumlah *views story* yang juga sudah mencapai angka minimal seribu *views*, kemudian negosiasi kerja sama *endorsement* pun dapat berjalan. Pada kelompok Gangster R memiliki strategi untuk dapat menghubungi pihak situs judi online melalui pihak ketiga (*calo*) untuk menawarkan diri, tetapi dengan konsekuensi komisi potongan bagi pihak ketiga tersebut normalnya sekitar 20% nilai kerja sama.

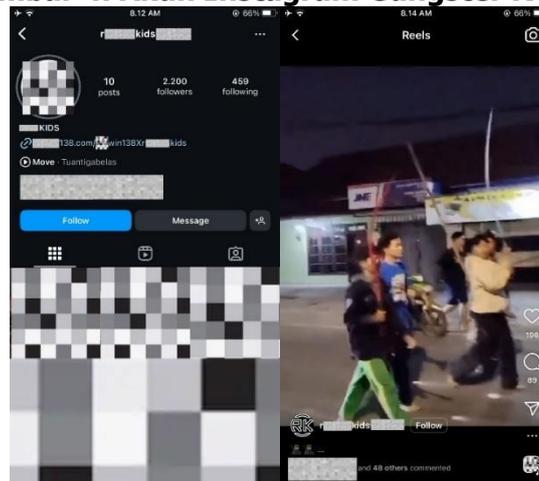
Dua hal yang harus dijaga oleh kelompok gangster demi terus mendapat peluang *endorsement*. Mutlak pertama yang harus dilakukan akun kelompok gangster adalah terus aktif mengunggah konten tawuran, agar tingkat *followers* dan *engagement* juga terus berkembang. Kedua, keberhasilannya mencapai target *referral* pengguna situs tersebut yang mengakses situs melalui link yang disematkan pada akun. Mereka menerapkan strategi untuk mencapai target *referral* tersebut, yakni dengan memberikan subsidi uang kepada anggotanya sendiri untuk bermain judi online dalam situs tersebut melalui link dari kelompok gangster dengan nominalnya adalah senilai Rp10.000. Melalui pemaparan dalam FGD, informan BR menjelaskan:

"Harus tembus ke 80 (*referral*) dapat 1.3 juta... dari nol... harus ngasih ceban (*Rp10.000*) ke orang kan pasti buat main di akun (*situs*) itu... ada pasti orang luar (*juga*)" (BR, 2025).

Guna memaksimalkan peluang penghasilan ekonomi dari *endorsement* situs judi online, kelompok Gangster R membuat akun instagram lain yang menyandang status "*kids*" yang dimaknai sebagai akun instagram yang dikelola penuh oleh anggota remajanya (*junior*). Tujuan utama dibuatnya akun "*kids*" tersebut tidak lain dari upaya yang sama guna membangun eksistensi kelompok hingga tercipta *engagement* instagram yang tinggi, sehingga berbuah kerja sama *endorsement* situs judi online juga. Pada akun "*kids*" tersebut juga sudah menghasilkan kerja sama *endorsement*, namun dengan nominal kerja sama yang berbeda dengan akun utamanya. Berdasarkan penuturan dari narasumber BR (23 Maret 2025), anggota kelompok *kids* hanya berjumlah 7 orang. Pada kelompok gangster lainnya juga memberlakukan konsep akun *kids* dengan tujuan tersebut. Wawancara bersama informan BR (23 Maret 2025) menjelaskan:

"Dari tua-tuaan gue juga bikin awalnya dia ***** *kids*, kan. Terus dikasih ke kecil-kecilannya kaya gue yang megang, gitu.... iya ada juga cari buat dululah ada duitnya, kalo engga buat beli apa-apaan, gitu. Kaya buat gue gue orang misalnya, kan.... Jadi dapet endorse buat disimpen sisa cepe (*100 ribu*) atau 200 (*ribu*) buat ngopi". (BR, 2025).

Gambar 4. Akun Instagram Gangster R Kids



Source: Observasi pribadi (02 Mei 2025)

3.4 Transaksi Ekonomi (2): Menjual *Merchandise* Identitas Kelompok Gangster R

Bentuk monetisasi kedua atas eksistensi kelompok dengan *engagement* instagram yang tinggi adalah tercipta transaksi ekonomi melalui praktek jual beli *merchandise* seperti baju dan jaket yang menyandang identitas kelompok Gangster R. Detail keuntungan dan gambaran umum penjualan

merchandise dijelaskan oleh narasumber BR (23 Maret 2025). Gangster R sudah menerbitkan 6 kali penjualan *merchandise* sejak bulan Mei 2023, 3 kaos, 2 jaket almamater, dan 1 jaket WJ (*Work Jacket*). Masing-masing dengan warna dan desain yang berbeda-beda. Detail keuntungannya didapatkan dari selisih harga produksi dengan harga jual.

Tabel 3. Data Penjualan Merchandise Gangster R.

Periode Penjualan	Barang Merch	Jumlah Produksi	Harga Produksi	Harga Jual
Pertama Mei 2023	Kaos	1 lusin	Rp60.000/pcs	Rp100.000/pcs
Kedua Nov. 2023	Kaos	2 lusin	Rp60.000/pcs	Rp100.000/pcs
Ketiga Feb. 2024	Jaket Almet	4 lusin	Rp195.000/pcs	Rp250.000/pcs
Keempat Jul. 2024	Kaos	3 lusin	Rp60.000/pcs	Rp110.000/pcs
Kelima Jan. 2025	Jaket WJ	4 lusin	Rp195.000/pcs	Rp230.000/pcs
Keenam Mar. 2025	Jaket Almet	4 lusin	Rp195.000/pcs	Rp250.000/pcs

Penjualan merchandise sejak awal berkembang secara bertahap. Pada awal penjualan hanya terjual

sekitar 1-2 lusin, hingga sekarang produksi minimal 4 lusin. Penjualan dilakukan secara umum tanpa

pembatasan wilayah, sehingga ada pembeli yang juga berasal dari luar daerah seperti Tangerang, Kota Cirebon, hingga Jawa Tengah. BR dalam wawancara (23 Maret 2025) memaparkan:

"(mengurus pengiriman) sampe Cirebon, Jawa (Tengah) kayanya, sama Tangerang juga. Terus kalo (pengiriman) COD-an (Cash On Delivery) juga waktu itu temen gue sampe Tanah Abang". (BR, 2025).

Pada wawancara bersama narasumber ME (17 Februari 2025) menyatakan, penjualan merchandise pertama kali pada bulan Mei tahun 2023, namun penghasilan dari penjualan merchandise tidak lebih banyak dari penghasilan endorsement situs judi online.

"(keuntungannya) lumayan lah.... (lebih untung) ya slot, lah (endorsement). Kalo bikin merchandise gitu kita engga sebulan sekali ada, misalkan dijeda begitu kan. Kalo slot kan pasti perminggu (atau) perbulan (ada)". (ME, 2025).

Eksistensi akun instagram dan reputasinya pada skena tawuran yang tersebar di media sosial instagram diyakini sebagai motif yang melatarbelakangi orang umum untuk turut ingin memiliki merchandise yang melambangkan keanggotaan kelompok Gangster R. Sehingga bagi akun gangster dengan followers dan engagement yang tinggi akan mendapatkan prestise, kemudian orang lain diluar anggotanya berkeinginan juga menjadi bagian di dalamnya. Seperti pernyataan dari narasumber ME berikut ini:

"Mungkin karena teknologi juga, sih, sosmed nih.... jadi orang merchandise itu kadang ya ada beberapa orang yang FOMO cuma beli biar gue disangka anak ini anak ini... banyak yang kaya begitu, buat ngaku ngaku doang.... namanya bocah-bocah nanggung kan pasti (merasa) wah gue keren nih beli ini nih, kaya biar diakuin anak (anggota gangster) ini". (ME, 2025).

3.5 Integrasi Temuan ke Dalam Teori: Komodifikasi Vincent Mosco

Komodifikasi dimaknai sebagai proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Konsep ini merujuk pada perubahan relasi sosial sebagai upaya mendahulukan peraihan keuntungan. Hubungan yang awalnya tidak berorientasi pada keuntungan berubah menjadi sangat berfokus pada aspek komersial (Sudibyo dalam Halim, 2013). Dalam hal ini, motif awal kegiatan tawuran dilakukan tanpa orientasi keuntungan ekonomi. Tercermin dari pernyataan narasumber BR (23 Maret 2025):

"Awal-awal kan (akun dibuat) buat kaya ngebantai musuh bebuyutan lah. Iya lama lama pasti naik akun kan perlahan lahan, jadi naik followers. Pasti sebelum itu juga gak tahu kan orang-orang bakal ada slot endorse begitu, kaya akun gabut (nganggur) kan pasti", (BR, 2025).

Kajian utuh mengenai komodifikasi Vincent Mosco tersaji dalam teori ekonomi politik media (Mosco, 2015), yang secara utuh memperkenalkan tiga konsep utama:

a) Komodifikasi; b) Spasialisasi; dan c) Strukturasi. Fokus kajian konsep Komodifikasi diidentifikasi Mosco (Dalam Anggraeni & Wuryanta, 2020) melalui tiga elemen, yaitu komodifikasi isi konten media,

komodifikasi khalayak (audiens), dan komodifikasi pekerja. Ketiga elemen inilah yang coba penulis identifikasikan pada realitas komodifikasi konten tawuran antar kelompok gangster (Mosco, 2015).

Tabel 4. Integrasi Temuan Dalam Teori.

Elemen Komodifikasi	Deskripsi Teori	Deskripsi Realitas
Komodifikasi Isi Konten Media	Pengelola media berupaya memperlakukan isi konten seakan komoditas barang dagangan yang dapat menarik minat audiens. Tercermin dalam penyampaian informasi yang bersifat sensasional dan spektakuler dengan tujuan menarik perhatian para pengiklan, yang berbuah pada peraihan keuntungan dibalik produksi dan distribusi konten media.	Urutan jenis konten media sosial yang senang dikonsumsi masyarakat adalah (1) jenis konten kekerasan, (2) konten horror, dan (3) konten seksual. Mengerucut pada kata kunci spektakuler dan sensasional. Kelompok gangster sadar betul bahwa konten tawuran membawa dampak buruk bagi pelaku maupun penonton, namun mereka tidak mengindahkan, karena kenyataannya melalui konten tersebut hanya dipandang sebagai cara mudah baginya mendapatkan peluang keuntungan ekonomi dari pengiklan.
Komodifikasi Khalayak (Audiens)	Merujuk pada cara pandang dan perlakuan terhadap khalayak atau calon penonton. Khalayak tak lagi dipandang seutuhnya sebagai komunitas sosial yang hidup bersama. Melainkan hanya sebatas angka. Pengelola media memperlakukan khalayak sebagai komoditas yang ditawarkan kepada pengiklan, sengaja dibentuk dengan berdasarkan analisa segmentasi, target, dan <i>positioning</i> sebuah produk dalam proses pemasaran untuk kemudian dapat mengkonsumsi produk-produk yang diiklankan.	Hasil analisa temuan menunjukkan keserasian antara kebutuhan pengiklan dengan karakter audiens dari akun kelompok gangster. Remaja dengan pola pikir yang belum matang serta lingkungannya yang negatif, semakin menambah potensi keberhasilan iklan situs judi online melalui konten tawuran dalam akun kelompok gangster. Bukan tanpa sengaja, audiens ini pun dibentuk dan dipelihara melalui strategi konten tawuran yang memang memiliki minat tinggi pada remaja, dengan menggunakan strategi <i>key word</i> , dan trend ala remaja di media sosial.
Komodifikasi Pekerja	Mengacu pada praktik pengelola media yang	Pada elemen ini tidak terlalu signifikan karena status

<p>memandang pekerjaanya hanya sebagai pelaksana produksi, tanpa menghargai keterampilan konseptual, ideologi, keyakinan, maupun melibatkan unsur kreativitas mereka dalam proses produksi konten, karena aspek tersebut sepenuhnya dikendalikan oleh kelas manajerial atas pertimbangan elemen komodifikasi lainnya.</p>	<p>keanggotaannya tidak formal, tidak tetap, dan tidak mengikat. Tidak diterapkan sistem hierarki struktural, semua berlandaskan kebersamaan dan solidaritas anggota. Pola hubungan internal secara kekeluargaan yang cenderung dengan pendekatan afektif. Dasar ikatan kelompok ini adalah pertemanan dan rasa solidaritas. Sehingga memang semuanya yang terlibat memiliki minat dan karakter yang serupa, semua sebagai pelaksana produksi yang serasi.</p>
---	--

Topik penelitian ini tergolong aktivitas ilegal yang melanggar hukum pidana. Mulai dari aktivitas tawurannya hingga keterlibatan situs judi online dalam bentuk promosi maupun penggunaan situs sebagai strategi mencapai target *marketing* dari promosi situs judi online tersebut di media instagram. Keadaan tersebut membuat hasil dari penelitian ini memiliki nilai yang dapat berpengaruh secara strategis bagi pihak-pihak yang berwenang dalam penegakan pelanggaran hukum pidana kasus ini. Setidaknya, pihak-pihak yang berwenang dapat terpapar wawasan secara detail berdasarkan temuan data yang melalui metode penelitian ilmiah mengenai fenomena aktivitas tawuran yang bertransformasi memiliki nilai ekonomi dari aktivitas judi online yang juga merupakan patologi sosial di masyarakat.

Bagi *stakeholder* dan masyarakat luas, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai gejala baru dalam patologi sosial di masyarakat, terkhusus pola baru kenakalan remaja pada masa kini. Implikasi ini dapat memantik upaya

yang bersifat preventif bagi *stakeholder* di masyarakat. Pencegahan aksi tawuran dengan sistem keamanan lingkungan, ataupun pemantauan secara intensif bagi anak-anak di lingkungan sekitarnya agar terhindar dari aktivitas ilegal ini.

4. Simpulan

Menjawab latar belakang penelitian kenapa dan bagaimana komodifikasi konten tawuran bisa terjadi, semua didasari oleh kecermatan kelompok gangster melihat peluang ekonomi dari konten tawurannya, kemudian membawa audiensnya yang tepat sasaran kepada pengiklan, dalam hal ini adalah situs judi online. Kecermatan lainnya tercermin pada praktek penjualan merchandise identitas kelompok gangster yang memiliki prestise tersendiri dalam skena tawuran dan kelompok gangster, sehingga ada nilai lebih yang menarik bagi orang lain. Kesempatan tersebut dimanfaatkan dengan baik menjadi penghasilan ekonomi melalui penjualan identitas kelompok.

Realitas aktivitas ekonomi yang terjadi melalui endorsement promosi situs judi online oleh akun kelompok gangster menjelma menjadi sistem yang sangat disruptif. Diumpamakan sama dengan memberikan bahan bakar kepada kelompok gangster untuk semakin bersemangat memproduksi konten tawuran, yang berarti mendorong pula semakin tingginya intensitas tawuran. Mengubah pola pikir, orientasi, hingga menambah motif dalam membuat konten tawuran. Realitas ini seakan menjadi game changer yang mengubah orientasi pembuatan konten tawuran yang semula hanya untuk kepentingan eksistensi akun kelompok dan aktualisasi diri anggotanya, menjadi sebuah kebutuhan untuk terus terlibat memproduksi konten tawuran demi dapat memelihara, hingga melipatgandakan audiens penikmat konten tawuran. Tujuan utama sekarang agar dapat dikonversikan menjadi nilai tukar ekonomi melalui praktek endorsement situs judi online dengan berbagai strategi dari internal maupun eksternal kelompok gangster. Demi menjalankan kerja sama endorsementnya, kelompok gangster menggunakan berbagai strategi, yang tentunya juga berujung melibatkan banyak orang di luar anggotanya maupun di dalam anggotanya juga terlibat dalam permainan judi online tersebut. Kombinasi kedua patologi sosial ini seperti istilah lingkaran setan yang memiliki siklus negatif yang sangat disruptif, dan sulit dihentikan.

Daftar Pustaka

- Adillah, A. S., Ridwan, M., Lomo, P. W., Salim Faqih, R. A., & Khairunnida, T. (2024). Analisis Kriminologi terhadap Kejahatan oleh Anak yang Tergabung dalam Gangster (Studi Bogor). *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(3), 1–10. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i3.2115>
- Adiyanto, W., & Ashari, R. G. (2021). Pornographication: Social Impact Of Commodification Practice Of Sex Content In The Cartoon Industry In Instagram. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4(1), 53–63. <https://doi.org/10.17933/diakom.v4i1.88>
- Alfaizi, A. R. (2021). *Analisis Kriminologis Terhadap Kejahatan Oleh Anak Yang Tergabung Dalam Gangster (Studi di Wilayah Polrestro Depok)*. Universitas Lampung.
- Andrian, M., Saputra, F. T., & Salsabil, L. S. (2024). Budaya Tawuran di Kalangan Remaja di Kabupaten Tangerang (Studi Kasus Komunitas Mawar Hitam). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 152–176. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11080012>
- Anggraeni, A., & Wuryanta, E. W. (2020). Industri Religi Pada Media Online: Penerapan Teori Ekonomi Politik Vincent Moscow (Komodifikasi) Pada Pemberitaan Umroh di *Tribunnews.com*. *Communications*, 2(2), 61–73. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.4>

- Anjari, W. (2012). *Tawuran Pelajar Dalam Perspektif Kriminologis, Hukum Pidana, Dan Pendidikan* [Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta].
<https://www.neliti.com/id/publications/218772/tawuran-pelajar-dalam-perspektif-kriminologis-hukum-pidana-dan-pendidikan>
- Arliprayanda, S. (2024, May 5). *Konten Tidak Berkualitas Dominasi Media, Kekerasan hingga Seks yang Justru Disukai Masyarakat*. VIVA Digital Network.
<https://www.intipseleb.com/local/98233-konten-tidak-berkualitas-dominasi-media-kekerasan-hingga-seks-yang-justru-disukai-masyarakat?page=all>
- Astuti, A., & Yuniasih. (2017). Fenomena Geng Pada Remaja Usia Sekolah Menengah Pertama Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling) FKIP Universitas PGRI Madiun*, 1(1), 9–18.
<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SNBK/article/view/108/0>
- Christina, Y. (2022). *Analisis Konflik Budaya Pada Subkultur Klithih Dalam Perspektif Kriminologi Budaya*. Universitas Indonesia.
- Generasi Milenial. (2022, October 5). *Apa Itu Gangster yang Bikin Resah Masyarakat?* Kumparan.
<https://kumparan.com/generasi-milenial/apa-itu-gangster-yang-bikin-resah-masyarakat-1yzVLVJgnUy/full>
- Gibson, M. (2015). YouTube and bereavement vlogging: Emotional exchange between strangers. *Journal of Sociology*, 52(4), 1–15.
<https://doi.org/10.1177/1440783315573613>
- Halim, S. (2013). *Postkomodifikasi Media*. Jalasutra.
- Hayumi, N. Z. (2014). *Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri* [Universitas Indonesia].
<https://doi.org/https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404709&lokasi=lokal>
- Irwinsyah, F. (2024, March 16). *Tawuran Antar-Geng di Jaktim Tewaskan 1 Remaja, 4 dari 8 Pelaku Ditangkap*. KumparanNEWS.
<https://kumparan.com/kumparannews/tawuran-antar-geng-di-jaktimtewaskan-1-remaja-4-dari-8-pelaku-ditangkap-22MO1Ewk0Ve/full>
- Isroissholikhah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Mahatma, R. (2022). *Atas Nama Tradisi: Membentuk Solidaritas dan Mekanisme Tawuran Geng Sekolah di Jakarta Selatan* [Universitas Brawijaya].
https://www.researchgate.net/publication/361951374_Atas_Nama_Tradisi_Membentuk_Solidaritas_dan_Mekanisme_Tawuran_Geng_Sekolah_di_Jakarta_Selatan
- Margaret, M., & Marifatullah, A. (2023). Media Sosial Sebagai

- Strategi Pencegahan Tawuran Pelajar. *Jurnal Ikra-Ith Humaniora*, 7(1), 60–70. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i1.2270>
- Mosco, V. (2015). Political Economy of the Media. *The International Encyclopedia of Communication*, 1–13. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp057.pub2>
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). Influencer Dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 135–144. <https://doi.org/10.23917/benefit.v5i2.11305>
- OPRA, E. (2022, March 9). *Opra Club House / Ribut Di Jalur Sampai Subuh, Anggota Gengster Tobat?* [Video recording]. OPRA Entertainment. <https://youtu.be/PSgD86Jfk8s?si=dSEs9WtSnGRZ5i5R>
- Pangestu, R. A. (2023). *Perilaku Penyalahgunaan Instagram Untuk Menyebarkan Konten Tawuran Oleh Siswa Smp Di Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan*. Universitas Negeri Jakarta.
- Prastiwi, R. S., & Carina, J. (2024, August 6). *Jakarta Timur Zona Merah Tawuran, Kericuhan Pernah Pecah di Setiap Kecamatan*. Kompas.Com. https://megapolitan.kompas.com/read/2024/08/06/10152101/jakarta-timur-zona-merah-tawuran-kericuhan-terkadang-pecah-di-setiap-kecamatan?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=Top_Desktop
- Wahyuni, S. (2023). *Riset Kualitatif: Strategi dan Contoh Praktis*. Penerbit Buku Kompas.
- Wibowo, M. H. (2023). *Paparan Kasat Intelkam Polres Metro Jaktim: Lokasi Rawan Tawuran, Balap Liar Dan Aksi Begal Di Wilayah Jaktim Tahun 2023*. <https://jdih.jakarta.go.id>
- Wijaya, R., & Putranto, A. (2023). Instagram dalam Perspektif Kapitalisme Lanjut. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 02(2), 93–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i2.1729>
- Yanizon, A., & Sesriani, V. (2019). Penyebab Munculnya Perilaku Agresif Pada Remaja (Cause Of Aggressive Behavior On Adolescents). *Jurnal Kopasta*, 6(1), 23–36. <https://doi.org/10.33373/kop.v6i1.1915>