

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga merupakan aktivitas gerakan tertentu yang memfokuskan kepada perkembangan fisik dengan tujuan menjaga kesehatan dan kebugaran fisik seseorang. Biasanya olahraga dilakukan di waktu luang, yaitu diantara kesibukan kegiatan sehari-hari atau di akhir pekan. Olahraga juga tidak mengenal usia dan kalangan karena semua bisa melakukannya dari yang paling sederhana seperti jalan kaki hingga yang menggunakan peralatan dan membutuhkan banyak orang seperti *football* di Amerika. Dalam masyarakat era modern ini berbagai olahraga baru telah bermunculan seperti *parkour*, *fitness*, dan *futsal*. Olahraga tersebut muncul dengan berbagai alasan seperti untuk mekanisme pertahanan diri, mengembangkan bentuk tubuh, dan inovasi dari olahraga lainnya. Namun ada olahraga yang sudah menjadi legenda dan masih menjadi favorit masyarakat dunia hingga saat ini, yaitu sepak bola.

Sepak bola merupakan jenis olahraga yang memiliki kekuatan magis untuk membangkitkan gairah, menggugah gaya, mendobrak selera, dan memunculkan rasa bangga yang sebelumnya tersimpan dalam diri manusia¹. Sejarahnya yang panjang masih menjadi perdebatan, ada yang berkata bahwa mulanya berasal dari tentara Inggris yang menendang-nendang kepala musuhnya yang telah gugur di medan

¹ Iswandi Syahputra, 2016, *Pemuja Sepak Bola*, Jakarta, (KPG) Kepustakaan Populer Gramedia, hlm. 1.

perang, di bagian dunia lain atau lebih tepatnya di Cina juga terdapat sejarah sepak bola dunia, Brazil pun juga menjadi salah satu negara dengan sejarah sepak bola yang hebat. Polemik sejarah sepak bola menjadi bukti bahwa sepak bola adalah olahraga yang mudah dilakukan dan berawal dari ketidaksengajaan. Secara teknis sepak bola adalah olahraga yang menggunakan kaki untuk mengolah bola dan dimainkan oleh 11 orang pemain dalam 1 *team* yang memiliki tujuan untuk memasukan bola ke gawang lawan dalam waktu 2x45 menit. Pada era saat ini sepak bola membawa slogan “*football is not just a game, it's about a life*” yang artinya sepak bola bukan hanya permainan semata, ini adalah kehidupan. Di Amerika Serikat, olahraga adalah bagian dari masyarakat dan budaya Amerika Serikat seperti institusi sosial besar lainnya seperti keluarga, agama, politik, ekonomi dan pendidikan.²

Kekuatan sepak bola terhadap hal-hal di luar olahraga memang menjadi fakta, pada tanggal 5 Juni 1938, Indonesia dengan nama Hindia Belanda menjadi *team* pertama di Asia yang berlaga di Piala Dunia.³ Sejarah Jepang dengan Korea Selatan berhasil membangun rivalitas di dalam sepak bola hingga kini, mereka selalu ingin menunjukkan bahwa diantara mereka pantas menjadi jagoan di Asia⁴. Perkembangan sepak bola di dunia juga menjadi sumber perkembangan ekonomi di berbagai negara, khususnya di Eropa sepak bola sudah menjadi industri mulai dari sistem pembelian

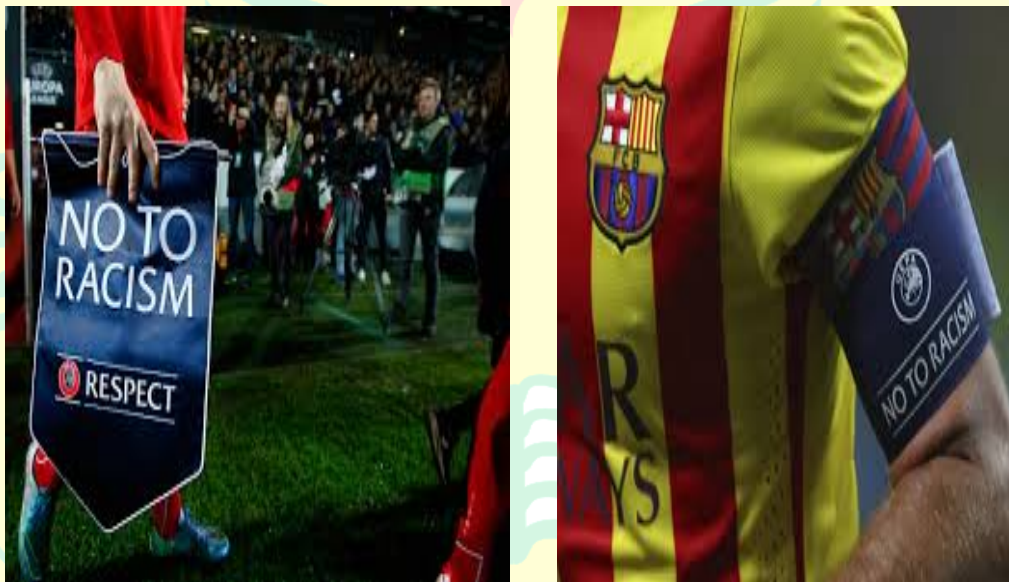
² Tim Delaney dan Tim Madigan, 2015, *The Sociology of Sport*, North Carolina, Mc Farland & Company Inc Publishers, hlm. 3.

³ Benediktus Gerendo Pradigdo, “*Hari ini 80 Tahun Lalu, Indonesia Jadi Team Asia Pertama di Piala Dunia*”, diakses melalui <https://www.bola.com/indonesia/read/3550446/hari-ini-80-tahun-lalu-indonesia-jadi-tim-asia-pertama-di-piala-dunia> pada 16 Juli 2019.

⁴ Evans Edgar Simons, “*Lapangan Hijau, Cermin Sejarah Jepang vs Korea Selatan*”, diakses melalui m.panditfootball.com/211110/lapangan-hijau-cermin-sejarah-jepang-vs-korea-selatan pada 17 Maret 2018.

tiket, kepemilikan saham klub, transfer pemain, *merchandise*, pariwisata, dan lainnya. Bahkan sepak bola menjadi inspirasi kartun yang terkenal yaitu “*Captain Tsubasa*” dari Jepang yang mengisahkan indahnya sepak bola dibalut dengan semangat dan mimpi seorang anak. Sepak bola juga melakukan kampanye mengenai anti rasis, hal itu dapat terlihat dengan adanya *patch* “*No to Racism*” di *jersey* pemain dan spanduk di stadion saat pertandingan sekelas UEFA Champion League dimainkan.

Gambar I.1 Patch “No To Racism”



(Sumber : Google.com , 2019)

Perkembangan sepak bola saat ini tentunya memiliki fenomena sosial menarik yang melibatkan masyarakat luas, salah satunya mengenai suporter. Suporter dalam sepak bola memiki fenomena yang unik di setiap benua, salah satunya adalah di Eropa. Suporter sepak bola di Skotlandia terbentuk berdasarkan agama warga

negaranya.⁵ Terdapat rivalitas diantara dua klub yang pendukungnya terbentuk berdasarkan agamanya, yaitu klub Glasgow Rangers merepresentasikan agama Protestan dan klub Glasgow Celtic merepresentasikan agama Katolik. Namun ketika manajemen klub Glasgow Rangers memilih untuk merekrut pemain beragama Katolik, supporter dari Glasgow Rangers kecewa dan melakukan aksi pembakaran syal dan tiket musiman. Sebagai bentuk duka cita atas hilangnya identitas Protestan di klub Glasgow Rangers. Hingga saat ini kedua klub tersebut menjadi rival yang mendominasi liga sepak bola di Skotlandia.

Fenomena supporter sepak bola di Eropa tidak sampai disitu, terdapat supporter yang memiliki kehormatan di klubnya yaitu supporter dari klub Red Star Belgrade dari Serbia. Supporter dari Red Star Belgrade memiliki kefanatikan yang tidak segan melakukan kekerasan menakutkan.⁶ Pada saat terjadi Perang Balkan tahun 1990an, mereka terlibat dalam serangan pertama Serbia ke Kroasia tahun 1991-1992. Hal ini yang membuat mereka mendapatkan tempat yang terhormat di klub tersebut. Supporter di Eropa tidak hanya memiliki kisah yang berkaitan dengan rivalitas dan kekerasan saja, namun juga terdapat fenomena yang berhubungan dengan gaya berpakaian.

Suporter sepak bola selalu identik dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan klub yang didukungnya. Hal itu dapat dilihat dari gaya berpakaian yang digunakan seperti *jersey*, syal, topi, jaket dan lainnya yang identik dengan klub. Terdapat kebudayaan baru di kalangan supporter yaitu *casual culture*. *Casual Culture*

⁵ Iswandi Syahputra., *Op.Cit.* hlm. 92.

⁶ Franklin Foer, 2006, *Memahami Dunia Lewat Sepak Bola*, Tangerang Selatan, CV Marjin Kiri, hlm. 3.

merupakan sebuah kebudayaan baru yang dilakukan oleh suporter sepak bola untuk tidak menggunakan atribut yang identik dengan klub sepak bola yang didukungnya. Sebagai sebuah subkultur, fesyen *casual* pertama kali diperkenalkan *fans* Liverpool ke seluruh Inggris saat mereka pulang dari Stadio Olimpico Roma pada tahun 1977.⁷ Mereka menggunakan atribut bermerk Lacoste dan Adidas saat pulang dari Roma saat itu. Tujuan fesyen *casual* adalah untuk menghindari razia yang dilakukan oleh polisi. Karena pada masa itu suporter sepak bola dari Inggris terkenal akan *hooliganisme*. *Hooligan* sangat mudah dikenal saat itu karena mereka bergaya *skinhead*.

Suporter di Indonesia tentunya juga memiliki fenomena yang menarik diluar dari stigma masyarakat mengenai kerusuhan, kriminalitas dan vandalisme. Di Indonesia mayoritas fans sepak bola mendukung klub yang membawa kota kelahirannya, atau adanya pengalaman individu dengan kota tersebut. Terdapat dua kelompok suporter yang memiliki penamaan terlebih dahulu dibandingkan dengan yang lain, yaitu Bobotoh suporter Persib Bandung dan Bonek suporter Pesebaya Surabaya. Dengan kemunculan dua kelompok suporter tersebut, memberikan dampak kepada kelompok suporter lain untuk memiliki nama dan identitas sendiri. Namun tidak semua kelompok suporter di Indonesia memiliki nama yang diambil dari bahasa lokal. Beberapa mengadopsi dari kelompok suporter yang ada di Eropa seperti Brigata Curva Sud suporter PSS Sleman, Viking suporter Persib Bandung, dan Pasoepati Ultras suporter dari Persis Solo.

⁷ Iswandi Syahputra., *Op.Cit.* hlm. 56.

Istilah suporter dan *fans* masih sering digunakan secara umum dan dianggap tidak memiliki perbedaan, namun merujuk kepada penelitian Richard Giulianotti mengenai empat tipe khalayak sepak bola bahwa terdapat perbedaan diantara keduanya. Terdapat empat tipe khalayak penonton sepak bola menurut Richard Giulianotti, yaitu *supporters* (pendukung), *followers* (pengikut), *fans* (penggemar) dan *flaneurs*⁸. Berbeda dengan pendapat Smith, ia membagi kedalam lima tipe fans olahraga yang dibagi berdasarkan motivasi dan perilaku dalam diri seseorang, yaitu *Aficionado, Theatregoer, Passionate, Champ Follower, Reclusive*⁹. Sekumpulan *fans* yang memiliki idola yang sama akan membentuk *fans* klub sebagai wadah untuk menguatkan solidaritas dan berbagi pengetahuan.

Kehadiran *fans* untuk klub sepak bola bukan hal yang sepele. Mereka yang mendukung secara langsung memberikan energi positif kepada klub untuk bisa memberikan performa dan hasil terbaik. Klub sepak bola yang dimainkan oleh 11 pemain memiliki julukan kepada *fans* yang hadir di pertandingan tersebut dengan julukan “pemain kedua belas”.

Fans memiliki hubungan dengan klub tidak hanya ada di dalam stadion saja, melainkan juga di luar stadion. Situasi di luar stadion, *fans* memiliki kecenderungan untuk konflik dengan *fans* lainnya. Dalam perspektif sosiologi hal semacam ini disebabkan adanya *in-group* dan *out-group* yang dicetuskan oleh Sumner. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya kasus yang terjadi pasca pertandingan sepak bola.

⁸ Richard Giulianotti, 2002, *Supporter, Followers, Fans and Flaneurs : A Taxonomy of Spectators Identities in Football*, Journal of Sport and Social Issues, 26:1, 25-46.

⁹ Iswandi Syahputra., *Op.cit.* hlm. 30-31.

Uniknya konflik antar *fans* terjadi melampaui batas negara, misalnya *Big Match* antara Liverpool dan Manchester United di Inggris. Pertandingan berjalan lancar dan pasca pertandingan pun tidak terjadi konflik diantara *fans*. Namun di Indonesia tepatnya di Tangerang saat diadakannya nonton bareng, terjadi kerusuhan diantara dua kelompok *fans* dari klub tersebut yang menimbulkan kekacauan dan kerusakan di lokasi. Sikap seperti ini menarik untuk dikaji dalam membahas mengenai fanatisme *fans* klub sepak bola.

Fans sepak bola di Indonesia tidak bisa dianggap remeh. Mereka memiliki fanatisme dengan gaya yang berbeda. Salah satu hal yang unik adalah adanya *fans* klub Eropa yang ada di Indonesia. Mungkin *fans* klub semacam Manchester United, Juventus, Barcelona dan Real Madrid sangat mudah untuk ditemui. Nyatanya di Indonesia juga terdapat *fans* klub yang memberikan dukungan kepada klub yang tidak terlalu favorit atau medioker di Eropa. Kehadiran *fans* semacam ini memberi arti bahwa sepak bola bukan hanya olahraga namun ada hal-hal lain yang membuat sepak bola menjadi olahraga favorit di dunia.

Fanatisme yang dilakukan oleh *fans* tentunya akan menarik untuk dikaji, banyak hal yang membuat supporter menjadi fanatik terhadap klub favoritnya. Seperti hubungan kesamaan letak geografis, prestasi klub, dan sebagainya. Namun ketika klub sepak bola yang ada di Eropa memiliki basis *fans* yang fanatik jauh di luar benua biru itu akan menjadi penelitian yang menarik, dimana fanatisme terjadi dengan melampaui batas-batas negara, perbedaan bahasa, dan perbedaan budaya. Fanatisme *fans* yang sangat menarik menurut peneliti ialah fanatisme ketika klub

yang di favoritkan merupakan klub yang termasuk ke dalam julukan medioker. Dalam artikel yang ditulis oleh Joseph C. Hermanowicz, medioker merupakan hal yang biasa-biasa saja dan menjadi sebuah jalan hidup suatu kelompok.¹⁰ Sedangkan klub medioker dalam sepak bola merupakan sebuah istilah yang menunjukkan kepada suatu klub yang biasa-biasa saja, dalam arti tidak menjadi penantang serius dalam merebut gelar juara suatu kompetisi. Performa klub juga menunjukkan inkonsistensi setiap pekan, bahkan setiap musimnya. *Fans* dari klub seperti ini selalu memiliki harapan yang besar di awal musim namun saat sudah setengah musim berjalan, para *fans* kembali melihat realita bahwa klub favorit mereka memiliki peluang yang kecil untuk memenangkan suatu gelar atau harus merasakan turun kasta. Performa *fans* tentunya ditentukan oleh performa klub favoritnya itu sendiri, namun *fans* yang selalu loyal dan memberikan dukungan dari belahan sisi dunia yang berbeda perlu diapresiasi.

Fokus dari penelitian ini adalah kepada pola fanatisme *fans* klub dalam menjaga loyalitas dan eksistensinya. Subjek penelitian yang peneliti pilih ialah *fans* klub dari Parma Calcio 1913 yang berada di Indonesia yaitu komunitas Parmagiani Indonesia.

¹⁰ Joseph C. Hermanowicz, 2013, *The Culture of Mediocrity*, *University of Georgia*, Minerva (2013) 51: -362-387, hlm. 364.

I.2 Rumusan Masalah

Hal menarik dari penelitian ini adalah masih konsistennya komunitas Parmagiani Indonesia yang setia mendukung Parma Calcio 1913 dalam situasi apapun. Notabene Parma Calcio 1913 bukanlah klub yang banyak didukung di Indonesia maupun di dunia. Secara prestasi sudah hampir 20 tahun Parma Calcio 1913 tidak mempersembahkan gelar bergengsi. Parma Calcio 1913 pun mengalami dua kali kebangkrutan yang menyebabkan harus terdegradasi. Kebangkrutan terparah di tahun 2015 karena harus degradasi ke Serie D (Liga Semi-Profesional). Degradasi tersebut berdampak kepada perginya hampir seluruh pemain di klub tersebut, dan hanya tersisa satu pemain yang setia di Parma Calcio 1913 tanpa digaji.

Angka di media sosial menunjukkan Parma Calcio 1913 tidak termasuk ke dalam 198 klub dengan pengikut terbanyak di media sosial.¹¹ Hanya sebanyak 161.000 orang di dunia yang menjadi pengikutnya di Instagram. Untuk klub yang sudah berusia 100 tahun lebih dan berasal dari liga yang ada di Eropa dapat dikatakan cukup sedikit. Faktanya komunitas Parmagiani Indonesia sebagai *fans* klub Parma Calcio 1913 masih eksis dan konsisten mendukung Parma Calcio 1913 hingga kini dengan jumlah member sebanyak 300 orang, dan nonmember diprediksi sekitar 500 orang di Indonesia. Angkat tersebut masuk ke dalam kategori minoritas diantara *fans* klub Eropa lain yang ada di Indonesia.

¹¹ Diakses dari <http://digitale-sport-medien.com/global-digital-football-benchmark-summer-2018> pada 23 April 2019.

Dari pemaparan rumusan masalah tersebut, peneliti telah membatasi penelitian dengan merumuskan permasalahan ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut ini.

1. Bagaimana proses fanatisme yang terjadi di komunitas Parmagiani Indonesia ?
2. Bagaimana komunitas Parmagiani Indonesia memaknai fanatisme ?

Dalam penelitian ini terdapat batasan permasalahannya. Tujuannya untuk mengetahui batas-batas dan memfokuskan topik penelitian. Batasan permasalahan penelitian ini adalah membahas mengenai fanatisme yang terjadi di komunitas Parmagiani Indonesia. Hasil dari penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan di komunitas lainnya karena adanya kemungkinan perbedaan data primer dan sekunder untuk dianalisis.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai fanatisme yang terjadi pada *fans* klub terutama kepada komunitas Parmagiani Indonesia. Selain itu juga diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian tersebut yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan proses fanatisme di komunitas Parmagiani Indonesia
2. Untuk menjelaskan pemaknaan fanatisme di dalam komunitas Parmagiani Indonesia

I.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, dapat memberikan gambaran mengenai fanatisme *fans* dan suporter yang ada di Indonesia. Stigma negatif dari masyarakat terhadap hadirnya *fans* klub sepakbola menjadikan adanya tantangan bagi *fans* klub untuk bisa menunjukkan apa yang sebenarnya dikatakan masyarakat itu tidak bisa di generalisasikan kepada seluruh *fans* klub yang ada di Indonesia. Fanatisme sering kali dijadikan akar masalah dari sebuah kerusuhan, tawuran, hingga pertumpahan darah dalam lingkungan sepak bola. Padahal Fanatisme tidak selalu menghasilkan hal yang negatif di masyarakat, tetapi juga memberikan dampak positif kepada masyarakat. Penelitian ini akan banyak membahas mengenai proses hadirnya fanatisme dan makna fanatisme bagi komunitas Parmagiani Indonesia yang mendukung klub dengan situasi dan kondisi yang tidak baik-baik saja. Maka dari itu penelitian ini memiliki manfaat secara akademis dan praktis.

I.4.1 Secara Praktis

Sering kali ditemukannya pandangan fanatisme yang sempit membawa seseorang ataupun kelompok juga akan bertindak dengan pemikiran yang sempit dan kurang mementingkan faktor-faktor lainnya. Hal ini yang memicu perilaku yang buruk dari para *fans* dan suporter. Seperti tindakan anarkisme dan vandalisme. Oleh karena itu penelitian ini secara praktis dapat memberikan sebuah gambaran tentang suporter atau *fans* sepak

bola bahwa stigma negatif yang selama ini melekat. Tidak ditemukan di semua suporter atau *fans* sepak bola, khususnya Parmagiani Indonesia.

I.4.2 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi dalam perkembangan dunia pendidikan terkhusus sosiologi olahraga. Sedangkan dalam kajian sosiologi olahraga, sepakbola membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan sosial di Indonesia. Seperti interaksi antar kelompok, identitas, *labeling*, dan sebagainya. Dalam kajian dunia pendidikan, penelitian ini akan berfokus kepada nilai-nilai edukasi dan kebermanfaatan yang terdapat di komunitas *fans* yang akan diteliti.

I.5 Tinjauan Pustaka Sejenis

Sepak bola masa kini bukan hanya berbicara mengenai teknis seperti strategi, pemilihan juru taktik, metode latihan dan sebagainya. Melainkan saat ini sepak bola sudah merambah ke aspek-aspek lainnya seperti ekonomi, sosial, gender, teknologi, agama dan hiburan. Oleh karena itu sepak bola memiliki banyak sekali penggemarnya di seluruh dunia. Mulai dari penonton layar kaca, ikut-ikutan nonton di stadion, hingga sekumpulan orang yang mendukung secara fanatik di dalam maupun di luar stadion, biasanya mereka disebut dengan suporter.

Suporter ialah sekumpulan orang yang mendukung suatu klub tertentu. Istilah fanatik sangatlah erat dengan diri suporter dan *fans*. Mereka tidak sungkan untuk

berteriak, bernyanyi, berjoget bersama-sama demi memberikan kekuatan tambahan bagi klub yang sedang mereka dukung. Fanatik juga sering diartikan dalam pemikiran yang sempit, seperti “kami yang harus menang, dan kami yang paling benar” hal seperti ini adalah pemicu dari konflik-konflik antar suporter dan *fans* klub yang marak terjadi terutama di Indonesia. Berbicara mengenai fanatik ataupun fanatisme, penulis menggunakan beberapa rujukan dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai *fans*, suporter, dan fanatisme yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Rujukan yang digunakan adalah jurnal nasional, jurnal internasional, tesis, disertasi, dan buku rujukan.

Salah satu jurnal yang membahas mengenai suporter dan fanatisme adalah jurnal yang ditulis oleh Novie Lucky dan Nanik Setyowati tahun 2013. Menurut jurnal tersebut fanatisme dilatar belakangi oleh beberapa faktor yaitu konteks sosial, usia, pendidikan, karakter budaya, konteks ekonomi, media massa dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut menentukan bagaimana bentuk fanatisme yang terjadi pada diri seseorang. Seseorang yang memiliki pendidikan cukup tinggi, dengan usia yang sudah cukup dewasa, serta memiliki keadaan ekonomi yang baik tentunya pemaknaan fanatisme menurutnya bukanlah sebuah adu jotos antar suporter, tetapi mendukung secara penuh dengan membeli *merchandise*, membaca berita-berita terbaru mengenai kondisi klub, dan memberikan dampak-dampak positif kepada klub.

Jurnal nasional lainnya ditulis oleh Muhammad Muslich dan Ni Wayan Sukmawati Puspita Dewi pada tahun 2017, penelitiannya membahas mengenai hubungan fanatisme dengan perilaku konsumtif suporter dengan studi kasus fans klub

Lazio di Surabaya. Jurnal ini mencantumkan beberapa pendapat mengenai pengertian dari fanatisme dan fanatik. Dikatakan dalam penelitian tersebut bahwa dengan alasan rasa fanatik yang tinggi, seseorang lantas berusaha semaksimal mungkin untuk menunjukkan sikapnya tersebut dengan berbagai cara. Termasuk dengan perilaku konsumtif. Menurut penelitian ini fanatisme dapat dijumpai di setiap lapisan masyarakat di negara maju, maupun di negara berkembang, pada kelompok intelektual maupun pada kelompok awam, pada masyarakat beragama maupun pada masyarakat atheis. Dalam sub pembahasan dikutip dari Goddard mengemukakan bahwa supporter memiliki pandangan yang sempit, dalam hal ini supporter lebih mementingkan kelompoknya dan menganggap apapun yang berhubungan dengan kelompoknya dalam fenomena ini yaitu supporter Lazio adalah benar atau bisa dibanggakan.

Jurnal internasional yang pertama berjudul *Supporter, Followers, Fans and Flaneurs : A Taxonomy of Spectators Identities in Football*. Jurnal ini ditulis oleh Richard Giulianotti, dosen dari Loughborough University di Inggris. Richard banyak menulis mengenai sosiologi olahraga, maka dari itu beberapa karyanya digunakan untuk menjadi literatur penelitian lain. Jurnal ini membahas empat tipe khalayak penonton sepak bola. *Supporter* adalah pendukung, yang hadir secara teratur di setiap pertandingan klub yang didukungnya. *Followers* adalah pengikut dari perkembangan dunia sepak bola, mengikuti klub dan mengikuti juga manajer, pemain, dan orang-orang di sekitar sepak bola. *Fans* adalah penggemar dari suatu klub ataupun pemain secara spesifik. Kekuatan identifikasi *fans* dengan klub diautentifikasikan paling

mudah melalui konsumsi produk terkait.¹² Baik konsumsi langsung maupun tidak langsung. Biasanya *fans* kuat dalam kasih sayang mereka terhadap klub dan pemain, walaupun terpisahkan secara geografis.¹³ *Fans* dengan solidaritasnya yang tebal dapat melakukan agitasi untuk menggulingkan pemimpin atau pemegang saham klub. Terakhir adalah *flaneurs*, identitas penonton modern yang melalui serangkaian hubungan virtual khususnya dengan media dan internet. Dalam manifestasinya yang paling ekstrem, kesetiaan nasional dapat ditukar dengan alasan keberhasilan kompetitif atau identitas *superstar* (pemain bintang).¹⁴

Penelitian selanjutnya adalah dari Benjamin Perasović dan Marko Mustapić pada tahun 2013, mereka membahas dalam jurnalnya mengenai suporter sepak bola di Kroasia setelah masa-masa konflik dalam perspektif sosiologi. Perspektif yang digunakan ialah kelas sosial organisasi, tindakan sosial, identitas, permusuhan, kiri dan kanan. Dalam perspektis identitas, disampaikan bahwa semakin banyak suporter melakukan ritual-ritual dalam sepak bola, semakin mendekatkan dirinya sebagai suporter yang fanatik dan mendapatkan sebuah penghormatan dari teman-temannya.

Jurnal internasional lainnya adalah dari Emily Chung, dkk yang memiliki judul penelitian *Loyalty or Liability: Resolving The Consumer Fanaticism Paradox* yang terbit pada tahun 2005. Dalam penelitian ini fokus utamanya adalah memberikan penjelasan secara definisi, ciri dan tipologi dari fanatisme. Fanatisme dalam penelitian ini cakupannya luas seperti dalam agama, ekonomi dan olahraga. Terdapat

¹² Richard Giulianotti., *Op.Cit.* hlm. 15.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 18.

dua bentuk fanatisme secara umum yaitu fanatisme negatif dan fanatisme positif. Empat tipologi fanatisme didasarkan berdasarkan dua dimensi yaitu dimensi *in-group* dan *out-group*, yaitu *destructive fanaticism*, *rewarding fanaticism*, *stigmatized fanaticism*, dan *rogue fanaticism*.

Jurnal internasional terakhir ialah berjudul *Exploring Consumer Fanaticism : Extraordinary Devotion in The Consumption Context* yang ditulis oleh Emily Chung, dkk. Penelitian tersebut memberikan sejumlah gambaran singkat mengenai fanatisme dan fanatik. Dari penelitian tersebut, penulis mengutip pengertian fanatisme untuk menjadi konsep di penelitian ini. Fanatisme adalah bentuk unik dari kesetiaan yang ditandai dengan kuat, tingkat komitmen, kesetiaan, pengabdian yang intens dan ekstrem, gairah, keterikatan emosional, antusiasme, dan keterlibatan.¹⁵ Perbedaannya dengan penelitian ini adalah jurnal tersebut lebih mengarah kepada fanatik kepada konsumsi produk, bukan kepada olahraga khususnya sepak bola.

Dari sisi komunitas itu sendiri ada sebuah tesis yang ditulis oleh Bambang Yugo Pamungkas, yang meneliti mengenai optimalisasi kepengurusan salah satu kelompok suporter dalam mencegah terjadinya konflik. Pada tesis tersebut disebutkan bahwa sikap fanatik berawal dari sebuah ekspresi dan sikap fanatisme adalah hal yang wajar bagi suporter. Fanatik adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, yang positif atau

¹⁵ Emily Chung, Michael Berverland, Pascale Genevieve, 2008, Exploring Consumer Fanaticism : Extraordinary Devotion in the Consumption Context, *Advances in Consumer Research*, Vol. 35, hlm. 333.

yang negatif pandangan mana tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah.¹⁶

Tinjauan sejenis terakhir adalah tesis yang ditulis oleh Paundra Jhalugilang. Penulis tesis tersebut menulis dengan judul Makna Identitas *Fans* Klub Sepak Bola (Studi Kasus : Juventus Club Indonesia). Dalam tesis tersebut membahas mengenai *fans* dan fanatisme sempit. Kefanatikan memungkinkan individu untuk menjadi bagian dari permainan tanpa memerlukan keahlian khusus.¹⁷ Untuk menimbulkan kefanatikan terdapat dua faktor. Faktor pertama adalah level interpersonal atau level jaringan sosial seperti pengaruh dari teman, anggota keluarga yang membentuk identitas, dan lingkungan termasuk letak geografis.¹⁸ Sedangkan faktor kedua level simbolik seperti faktor personel, unikan, nama team, logo, warna, yel-yel, dan klub.¹⁹ Pembahasan menarik lainnya adalah fanatisme sempit. Fanatisme sempit hanya menganggap bahwa kelompoknya lah yang paling benar, paling baik, dan kelompok lain harus dimusuhi.²⁰

Membahas mengenai sepak bola modern beserta aspek lainnya seperti suporter dan fanatisme juga dibahas dalam buku yang ditulis oleh Iswandi Syahputra. Dalam buku tersebut terdapat bab yang membahas mengenai sepak bola sebagai

¹⁶ Bambang Yugo Pamungkas, 2011, *Optimalisasi Kepengurusan Jakmania Dalam Rangka Mengurangi Tindak Kekerasan Kolektif Suporter Persija (Jakmania) Oleh Polres Metro Jakarta Selatan*, Tesis, Fakultas Pascasarjana Universitas Indonesia, hlm. 29.

¹⁷ Paundra Jhalugilang, 2012, *Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus : Juventus Club Indonesia)*, Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, hlm. 10.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 11.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, hlm. 30.

agama populer dalam industri media. Sepak bola saat ini memang selalu dikaitkan dengan agama, terutama ketika melihat realitas para fans dengan segala bentuk fenomena perilakunya. Berbagai fenomena perilaku fans sepak bola menunjukkan ritual menonton sepak bola bahkan lebih menarik daripada ritual keagamaan.²¹ Namun, dalam konteks yang berbeda, sepak bola telah mengalami proses industrialisasi mampu menempati posisi sosial, kultural dan religiusitas sekaligus cukup terhormat, setara dengan kedudukan sebuah agama.²² Terdapat satu hal yang tidak dimiliki dunia sepak bola dari agama, yaitu dimensi spiritualitas.²³

Tinjauan sejenis selanjutnya ialah buku yang ditlis oleh Tim Delaney dan Tim Madigan dengan judul *Sport : Why People Love Them!* buku ini memberikan penjelasan yang cukup detail mengenai olahraga dan sosiologi olahraga. Salah satu babnya membahas secara khusus mengenai *fans* olahraga. Pada bab tersebut terdapat ulasan mengenai latar belakang munculnya *fans*, tipologi *fans*, perilaku ritualistik yang dekat dengan *fans*.

Tinjauan sejenis selanjutnya ialah buku yang ditulis oleh Fajar Junaedi. Menurutnya, sepak bola bukan lagi hanya bisa dilihat sebagai olahraga semata namun telah beratikulasi sebagai bentuk budaya. Dalam bukunya dijelaskan bahwa fanatisme yang ada ditunjukkan oleh supporter sebenarnya hadir menjadi sebuah kebudayaan yang menyediakan pilihan simbolisasi nilai-nilai kekuatan, maskulinitas, konflik bahkan

²¹ Iswandi Syahputra., *Op.Cit.* hlm. 86.

²² *Ibid.*, hlm. 100.

²³ *Ibid.*, hlm. 101.

politik.²⁴ Dalam beberapa tahun terakhir muncul di berbagai kota kelompok suporter yang memiliki latar pendidikan yang baik (*well educated*), dan memiliki peran dalam memerangi rasisme dalam sepak bola. Bagi suporter, atribut adalah sebuah kebanggaan. Secara tidak langsung yang menyatukan suporter ialah nama klub beserta julukan, komunitas suporter dan lambang klub telah menjadi komunitas imajiner.

Tabel I.1 Tinjauan Pustaka Sejenis

Nama Penulis	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Novie Lucky A dan RR. Nanik Setyowati	Fenomena Perilaku Fanatisme Supporter Sepak bola (Studi Kasus Komunitas Suporter Persebaya Bonek di Surabaya)	Jurnal Nasional	Membahas mengenai faktor-faktor yang menimbulkan adanya rasa fanatisme dalam suporter	Lebih membahas mengenai keadaan suatu kelompok suporter dalam masyarakat yang sudah dipandang negatif
Muhammad Muslich dan Ni Wayan Sukmawati Puspita Dewi	Hubungan Antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Supporter Lazio di Surabaya	Jurnal Nasional	Membahas mengenai fanatisme yang terdapat di dalam suporter	Fanatisme diarahkan kepada perilaku suporter untuk berlaku konsumtif
Richard Giulianotti	<i>Supporter, Followers, Fans and Flaneurs : A Taxonomy of Spectators Identities in Football</i>	Jurnal Internasional	Membahas mengenai khalayak sepak bola, yaitu <i>fans</i> secara detail	Kurang membahas mengenai fanatisme
Benjamin Perasović dan Marko Mustapić	<i>Football Supporters in The Context of Croatiaan Sociology Research Perspective 20 Years After</i>	Jurnal Internasional	Membahas suporter dalam perspektif sosiologi khususnya organisasi dan identitas	Kurang membahas mengenai fanatisme dalam sepak bola

²⁴ Fajar Junaedi, 2014, *Merayakan Sepak bola*, Yogyakarta, Fandom, hlm. 136.

Nama Penulis	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly, Ingo O. Karpen	<i>Loyalty or Liability: Resolving The Consumer Fanaticism Paradox</i>	Jurnal Internasional	Membahas mengenai fanatisme dan bentuk-bentuk fanatisme	Fanatisme secara umum, tidak khusus kepada fans sepak bola
Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly, Pascale Quester	<i>Exploring Consumer Fanaticism : Extraordinary Devotion in The Consumption Context</i>	Jurnal Internasional	Membahas mengenai fanatisme	Penelitian ini lebih membahas mengenai fanatik terhadap konsumsi produk
Bambang Yugo Pamungkas	Optimalisasi Kepengurusan Jakmania Dalam Rangka Mengurangi Tindak Kekerasan Kolektif Suporter Persija (Jakmania) oleh Polres Metro Jaya	Tesis	Membahas mengenai sikap fanatik dari suporter sepak bola dan membahas sebuah komunitas suporter dalam sepak bola	Lebih berfokus kepada hubungan antara kelompok suporter dengan kepolisian
Paundra Jhalugilang	Makna identitas fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus : Juventus Club Indonesia)	Tesis	Membahas mengenai makna fans dalam sepak bola	Lebih berfokus kepada identitas fans klub
Iswandi Syahputra	Pemuja Sepak bola : Kuasa Media atas Budaya	Buku Rujukan	Membahas mengenai suporter dalam perpektif media dan fanatisme juga diangkat dalam buku ini	Tidak membahas mengenai komunitas suporter dalam sepak bola
Tim Delaney dan Tim Madigan	<i>Sport : Why People Love Them!</i>	Buku Rujukan	Membahas mengenai latar belakang munculnya fans, dan tipologi fans	Tidak memfokuskan kepada sepak bola, melainkan ke olahraga secara umum
Fajar Junaedi	Merayakan Sepak bola	Buku Rujukan	Membahas mengenai fanatisme dan dampak dari munculnya	Tidak membahas mengenai suporter yang terus-menerus mendukung padahal klub yang

Nama Penulis	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			fanatisme yang dimiliki oleh suporter	didukung tidak memberikan gelar juara bahkan diambang suatu masalah

(Sumber : Hasil olah data peneliti, 2019)

Sebelas tinjauan sejenis ini memiliki banyak kesamaan dengan penelitian ini. Pembicaraan mengenai sepak bola, fanatisme, dan *fans* cukup banyak diulas dalam penelitian-penelitian diatas. Dari sebelas tinjauan sejenis diatas, penulis memiliki banyak pandangan, informasi, data, dan sebagainya yang membantu penulis untuk memperkaya isi dari penelitian ini.

I.6 Kerangka Konseptual

I.6.1 Fanatisme dalam Komunitas *Fans* Sepak Bola

Fanatisme lahir dari sebuah wujud ekspresi yang begitu dalam tetapi belum tentu semua orang mempunyai ekspresi fanatisme. Fanatisme adalah bentuk unik dari kesetiaan yang ditandai dengan kuat, tingkat komitmen, kesetiaan, pengabdian yang intens dan ekstrem, gairah, keterikatan emosional, antusiasme, dan keterlibatan.²⁵

Winston Churchill seorang tokoh politik di Amerika Serikat pernah mengatakan “*A fanatik is one who can't change his mind and won't change the*

²⁵ Emily Chung, dkk, *Loc.Cit.*

subject” yang artinya seseorang yang fanatik adalah orang yang tidak bisa mengubah pikirannya dan tidak akan mengubah pembicaraannya. Fanatisme biasanya tidak rasional atau keyakinan seseorang yang terlalu kuat dan kurang menggunakan akal budi sehingga tidak menerima faham yang lain dan bertujuan mengejar sesuatu.²⁶ Berdasarkan pendapat Emily Chung, dkk bahwa fanatisme tidak selalu merugikan individu.²⁷ Pada artinya, fanatisme memiliki dua bentuk yaitu fanatisme positif dan fanatisme negatif.

Karakteristik dari kedua bentuk fanatisme tersebut dikutip dari literatur yang ditulis oleh Emily Chung, dkk.²⁸ Fanatisme positif memiliki karakteristik di dalamnya. Pertama, mereka secara sukarela terlibat dalam perilaku yang bermanfaat bagi objek fanatismenya, seperti menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut dan merekrut *fans* baru. Kedua, mereka menunjukkan cinta yang mendalam untuk objek dan tetap setia, meskipun penampilan produk objek buruk. Ketiga, dalam mendukung objek, fanatik dapat bergabung dan berpartisipasi aktif dalam komunitas untuk membantu dan mendukung sesama anggota, tetapi yang lebih terpenting adalah saling mempertahankan minat terhadap objek fanatismenya. Keempat, dukungan dan keterikatan mereka konsisten, gigih, dan tahan terhadap segala upaya untuk menguranginya. Kelima, bahwa fanatik bermanfaat bagi objek.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly, Ingo O. Karpen, 2005, *Loyalty or Liability : Resolving The Consumer Fanaticism Paradox*, *Marketing Theory*, Vol. XX(X), hlm. 4.

²⁸ *Ibid.*

Sebelum kepada fanatisme negatif, fanatisme juga memiliki sisi dalam konteks pemikiran yaitu fanatisme sempit. Fanatisme sempit berkaitan dan berhubungan secara langsung dengan bentuk fanatisme negatif. Fanatisme negatif memiliki tiga karakteristik. Pertama, fanatik dianggap tidak rasional, menampilkan perilaku yang melanggar norma dan konvensi sosial. Kedua, fanatik juga digambarkan obsesif, berlebihan, ekstremes, intoleran dan tidak konsisten. Ketiga, fanatik dikatakan menderita ketidak konsistenan pikiran, perilaku, dan tujuan yang mengarah kepada pemikiran yang menyimpang dan perilaku yang tidak dapat diterima menciptakan kesan kelainan, patologi, bahkan kegilaan.

Fanatisme dapat dilihat positif dari sisi objek atau klub yang didukung dan sisi subjek atau *fans*. Tetapi pada saat yang sama sisi negatif dapat timbul ketika pada tahap disfungsional, melanggar norma dan konvensi sosial. Ini menunjukkan bahwa fanatisme merupakan konsep yang cair.²⁹

Fanatisme dalam sepak bola muncul karena adanya perasaan yang berlebihan kepada klub yang mereka dukung. Dari perasaan yang berlebihan tersebut akan menghadirkan perilaku yang positif atau negatif. Sesuatu yang sangat berbahaya dari fanatisme adalah pemaknaan fanatisme yang sempit. Fanatisme sempit hanya menganggap bahwa kelompoknya yang paling benar, paling baik, dan kelompok lain harus dimusuhi.³⁰ Pandangan sempit seperti

²⁹ *Ibid.*, hlm. 11.

³⁰ Paundra Jhalugilang., *Op.Cit.* hlm. 30.

itu yang sangat membahayakan. Pandangan tersebut sangat riskan sekali memicu terjadinya aksi-aksi seperti kerusuhan, vandalisme, tawuran, dan sebagainya yang merugikan masyarakat secara umum.

I.6.2 Komunitas *Fans Sepak Bola*

Konsep komunitas diadopsi dari konsep kelompok sosial yang penulis pilih dari Charles Horton Cooley dengan konsepnya yaitu kelompok primer. Kelompok primer adalah kelompok yang hubungan antara anggotanya sangat akrab dan bertatap muka dalam arti saling mengenal kepribadian masing-masing.³¹ Di dalam kelompok primer, seperti keluarga, klik, atau sejumlah sahabat, hubungan-hubungan sosial cenderung bersifat santai.³²

Komunitas dapat dikatakan sebagai kelompok primer, hal ini didasari oleh pengertian diatas. Pola hubungannya yang lebih santai, bersifat sukarela, berjenjang waktu lama, dan terikat dalam sebuah kesadaran.

Komunitas itu bukanlah sekedar kumpulan orang yang hidup bersama, tetapi satu kesatuan dari orang-orang yang hidup bersama menurut pola relasi dan interaksi yang baik dan mengembangkannya.³³ Secara kesimpulan pengertian komunitas ialah kumpulan individu yang memiliki kesamaan dan terjadi pola interaksi didalamnya. Dalam beberapa literature, tidak ada

³¹ George Ritzer, 2014, *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta, Prenamedia Group, hlm. 72.

³² Paul B. Horton dan dan Charles L. Hunt, 1984, *Sosiologi*, Jakarta, Erlangga, hlm. 225.

³³ E. Martasudjita, 2001, *Komunitas Transformatif*, Yogyakarta, Penerbit Kanisius, hlm. 14.

penjelasan mengenai definisi dari sebuah komunitas. Ketika berbicara komunitas maka tidak akan terlepas dari kelompok sosial.

Sedangkan komunitas *fans* sepak bola adalah sekumpulan orang yang menyukai satu klub yang digemarinya. Di dalam komunitas tersebut terdapat struktur, pola interaksi yang bersifat dan santai dan sukarela, adanya kegiatan-kegiatan untuk bertatap muka secara rutin, dan memberikan dampak yang signifikan terhadap klub yang digemarinya. *Fans* akan semakin kuat, semakin besar ketika bergabung dengan *fans* lainnya dan membentuk sebuah *fans* klub.

I.6.3 Fans Sepak Bola

Menurut Richard Giulianotti, terdapat empat tipe khalayak sepak bola yaitu *supporters* (pendukung), *followers* (pengikut), *fans* (penggemar), dan *flaneurs*. Dari jurnal yang ditulisnya, *fans* merupakan penggemar modern dari klub sepak bola atau pemain secara khusus, terutama selebritis.³⁴ Selebritis yang dimaksud oleh Giulianotti adalah pemain bintang dalam sepak bola. *Fans* mengembangkan bentuk keintimannya atau cintanya untuk klub atau pemain-pemain, tetapi hubungan seperti ini searah dengan afeksinya.³⁵ *Fans* akan selalu menunjukkan kecintaannya terhadap klub melalui perilaku atau tindakan dalam menunjukkan kecintaannya, mereka akan selalu memiliki cara

³⁴ Richard Giulianotti., *Op.Cit.* hlm. 14.

³⁵ *Ibid.*

untuk mengembangkan bentuk kecintannya tersebut. Sehingga tidak berhenti pada satu titik tertentu.

Kekuatan untuk mengidentifikasi *fans* dengan klub favoritnya paling mudah melalui konsumsi produk, konsumsi produk yang berfokus kepada bintangnya memberikan penegasan kepada loyalitas *fans*.³⁶ Konsumsi produk dapat berupa konsumsi langsung dan konsumsi tidak langsung. Konsumsi langsung dapat berupa pembelian barang dagangan (*merchandise*), pembelian saham, atau kontribusi terhadap inisiatif penggalangan dana.³⁷ Konsumsi tidak langsung berupa bermain sepak bola, membeli majalah sepak bola, dan berlangganan tv berbayar untuk menyaksikan pertandingan.

Setelah mengidentifikasi *fans* melalui kegiatan konsumsi, hal lain yang menarik adalah tentang solidaritas fans terhadap klubnya. Solidaritas *fans* bisa tebal ataupun tipis, salah satu contoh solidaritas yang tebal dari *fans* adalah mengintensifkan ritual dukungan, kegiatan nonton bareng merupakan bentuk dari ritual dukungan dan biasanya *fans* kuat dalam kasih sayang mereka terhadap klub dan pemain, walaupun terpisahkan secara geografis.³⁸ Artinya, *fans* dengan klub tidak harus berasal dari tempat yang sama dan nonton bareng menjadi sebuah momentum bagi *fans* untuk menyatukan fanatismenya dalam waktu yang bersamaan walaupun terpisah secara geografis. *Fans* mengalami hubungan sosial-spasial yang jauh dengan klub

³⁶ *Ibid.*, hlm. 15.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.*

favorit dan idola mereka.³⁹ Thompson (1997) dalam Giulianotti menggambarkan bahwa kerangka sosial ini dalam hal “hubungan non-resiprokal keintiman dengan orang lain yang jauh”.⁴⁰ Selain itu untuk menekankan deskripsi *fans*, bahwa *fans* merujuk pemain bintang dengan nama depan, mendiskusikan kepribadian mereka, kehidupannya, sifat-sifatnya, kumpulan cuplikan biografis, berkeliling ke rumah keluarganya atau tempat kerjanya, dan bahkan mungkin berfantasi dengan cinta.⁴¹ Hal ini adalah penjelasan lain tentang ekspresi *fans* terhadap klub maupun pemain favoritnya, mereka bukan hanya membahas tentang aktivitas pemain di lapangan tetapi juga kehidupan pribadi, keluarga, karir, dan sebagainya.

I.6.4 Hubungan Antar Konsep

Dari pemaparan tiga konsep diatas yaitu fanatisme, komunitas dan *fans*. Maka setiap konsep satu sama lain saling terhubung dan memiliki peranan penting dalam penelitian kali ini. Oleh karena ini, peneliti menggambarkan konsep-konsep tersebut dengan sebuah skema untuk melihat keterkaitan dan hubungan antar konsep yang telah digunakan.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 20.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 16.

⁴¹ *Ibid.*

Skema I.1 Hubungan Antar Konsep



(Sumber : Hasil olah data peneliti, 2019)

Skema hubungan antar konsep diatas memvisualisasikan sebuah narasi yaitu, sepak bola yang mempunyai banyak klub di dalamnya atau biasa disebut dengan *football club*. Masing-masing dari *football club* memiliki *fans* dan suporternya masing-masing. *Fans* ditentukan oleh beberapa faktor seperti prestasi klub, tidak bisa dipungkiri bahwa semakin banyak prestasi yang diraih oleh suatu klub maka akan menentukan kuantitas dan kualitas fanatisme dari *fans* dan suporternya. Sejarah klub, bagi beberapa orang menjadi daya tarik untuk menjadi *fans*. Seperti FC Barcelona, klub yang merepresentasikan perjuangan dan kemerdekaan. Klub dengan ideologinya juga menjadi daya tarik bagi seseorang untuk menjadi *fans* seperti ideologi klub Liverpool “*You’ll Never Walk Alone*” yang memiliki makna bahwa dalam hidup jangan

pernah takut untuk sendirian sampai kapan pun, karena persahabatan dan tuhan akan selalu bersama diri kita.

Lalu ada faktor geografis, faktor ini adalah faktor yang paling fundamental, karena setiap klub membawa nama daerah di suatu negara, contoh Manchester United dan Manchester City membawa nama kota Manchester, Real Madrid membawa nama ibu kota Spanyol yaitu Madrid, AS Roma membawa nama ibu kota Italia, Persija Jakarta membawa nama ibu kota Indonesia dan masih banyak lagi. Secara sederhana, setiap penduduk disana memiliki potensi yang sangat besar untuk mendukung klub yang membawa nama daerahnya tersebut. Tidak hanya membawa tapi juga merepresentasikan daerah asalnya sebagai sebuah kebanggaan. Seorang *fans* bisa menggemari klub tertentu karena adanya faktor pengalaman individu. Seperti seseorang yang merantau ke kota lain dan memiliki memori serta kenangan yang indah di kota tersebut, ketika ada klub yang mewakili kota tersebut dirinya akan mendukung dan menjadi penggemarnya. Dan yang terakhir ialah faktor lingkungan, seperti keluarga dan teman bermain memiliki andil bagi seseorang untuk menggemari suatu klub tertentu.

Namun tidak semua faktor-faktor diatas menentukan performa *fans*. Performa tersebut terbagi menjadi dua yaitu performa positif dan negatif. Positifnya yang dimaksud adalah ketika faktor-faktor diatas dimiliki oleh suatu klub. Negatif yang dimaksud adalah faktor-faktor diatas tidak dimiliki oleh suatu klub.

Baik positif maupun negatif, *fans* membentuk sebuah komunitas yang selanjutnya akan disebut dengan *fans* klub. *Fans* klub ini memiliki peranan penting dalam perkembangan *fans* itu sendiri dan juga perkembangan klub. *Fans* klub berperan sebagai wadah berkumpul, wadah edukasi, wadah komunikasi, wadah aspirasi, wadah potensi ekonomi, dan lainnya. Situasi klub favorit yang sedang dalam masa positif maupun negatif tetap saja terdapat *fans* klubnya yang setia. Situasi klub yang negatif namun hadirnya *fans* klub yang tetap berkomitmen untuk setia memberi dukungan akan menjadi fokus dari penelitian ini.

I.7 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode kualitatif adalah kajian yang menghasilkan data deskriptif dan mencoba memahami fenomena apa saja yang dialami oleh subjek penelitian, mulai dari perilakunya, pandangan, motivasi, tindakan, serta menyeluruh dengan cara mendeskripsikan lewat kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus.⁴² Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Dalam pendekatan kualitatif ini dilakukan penelitian sesuai rumusan masalah secara mendalam dan menyeluruh dengan tujuan untuk memperoleh sebuah gambaran baik secara umum maupun khusus yang sesuai dengan gejala dan pola-pola

⁴² Lexy J Moleong, 2007, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, hlm.4.

yang terjadi didalamnya. Khususnya dalam penelitian ini, berfokus kepada sikap fanatisme dalam komunitas Parmagiani Indonesia.

I.7.1 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah komunitas yang dijadikan sumber informasi yang berguna bagi penelitian ini. Komunitas yang dimaksud adalah komunitas Parmagiani Indonesia. Komunitas ini adalah wadah kumpulan para penggemar ataupun pendukung setia dari klub bernama Parma Calcio 1913, yaitu klub yang berasal dari Italia. Klub yang mengalami jatuh bangun, bahkan klub tersebut dianggap klub yang dianggap remeh dan bukan penantang gelar juara di Italia.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Mas Yoga sebagai ketua komunitas Parmagiani Indonesia 2018, sebagai informan kunci dalam mendapatkan data primer mengenai deskripsi umum seperti struktur kepengurusan periode 2018 visi-misi, program kerja, kegiatan, dan dinamika komunitas. Selanjutnya, Mas Arie sebagai koordinator Divisi Keanggotaan komunitas Parmagiani Indonesia 2018, sebagai informan kunci untuk mengetahui secara mendalam mengenai dinamika yang terjadi, pola interaksi, pola komunikasi antar anggota di Indonesia, dan lainnya. Mas Iwan memberikan gambaran informasi situasi dan kondisi komunitas regional Parmagiani Indonesia. Mas Septa memberikan penjelasan mengenai fanatisme dan bentuk fanatismenya, selain itu juga memberikan edukasi mengenai

karakteristik *jersey* original Parma Calcio 1913. Mas Satria sebagai humas komunitas Parmagiani Indonesia memberikan pandangannya mengenai fanatisme dan kronologi bangkrutnya Parma Calcio 1913 selain itu juga memberikan informasi mengenai komunitas Parmagiani Indonesia.

Selanjutnya Mas Alvin sebagai ketua *European Football Fans club Association* Indonesia (EFFA Indonesia), untuk mendapatkan data dan informasi mengenai keberadaan *fans-fans* klub Eropa yang berdomisili di Indonesia, sifat dari EFFA Indonesia ini lebih kepada paguyuban. Lalu beberapa anggota lama maupun baru di komunitas Parmagiani Indonesia, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sikap fanatik yang mereka miliki mulai dari awal kemunculannya hingga mempertahankan kefanatiknya tersebut.

Tabel I.2 Profil Informan

No.	Nama	Status	Peran Dalam Penelitian
1.	Arie	Kepala Divisi Kesekretariatan dan Keanggotaan Parmagiani Indonesia	Memberikan informasi, sejarah, dinamika, program, dan lainnya di Parmagiani Indonesia
2.	Yoga	Ketua Parmagiani Indonesia	Memberikan informasi mengenai dinamika kepengurusan, data anggota aktif, kegiatan komunitas, peranan sosial media di Parmagiani Indonesia
3.	Iwan Saputra	Ketua All Regional Parmagiani Indonesia	Memberikan informasi mengenai jumlah, sejarah, dan dinamika yang terjadi di regional Parmagiani Indonesia

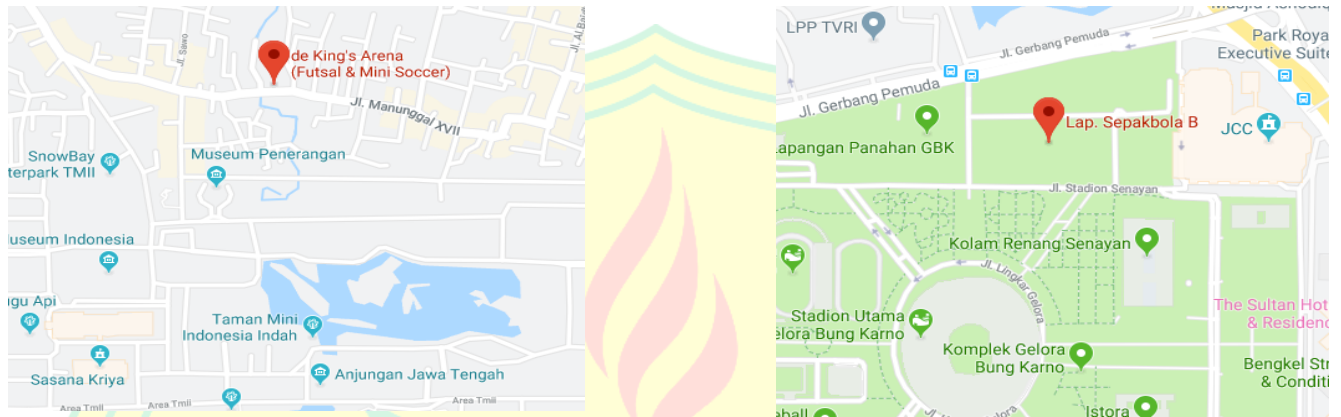
No.	Nama	Status	Peran Dalam Penelitian
4.	Septa	Anggota dan Kolektor Jersey Original Parma Calcio 1913	Memberikan informasi mengenai bentuk fanatisme melalui koleksi jersey original, dan memberikan penjelasan singkat mengenai detail karakter jersey original
5.	Satria	Humas Parmagiani Indonesia dan Kolektor Jersey Parma Calcio 1913	Memberikan informasi mengenai kondisi komunitas, peranan komunitas, kegiatan komunitas, dan hubungan komunitas dengan komunitas lain
6.	Alvin Valentinos	Ketua EFFA Indonesia	Mmeberikan informasi mengenai fanatisme, peran, dan dinamika komunitas Parmagiani Indonesia

(Sumber : Hasil olah data peneliti, 2019)

I.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa lokasi yaitu, De King's Arena sebagai tempat komunitas Parmagiani Indonesia bermain *mini soccer*, Lapangan B Senayan yang biasa digunakan sebagai tempat komunitas Parmagiani Indonesia mengadakan kompetisi sepak bola internal, Sekretariat Komuntias Parmagiani Indonesia yang menjadi tempat kumpul dan nonton bareng, PT Optik Tunggal Sempurna, dan tempat tinggal Mas Yoga di Cengkareng. Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari Januari 2019 – Oktober 2019.

Gambar I. 2 D'Kings Arena Mini Soccer dan Lapangan B Senayan



(Sumber : Goglemaps.com)

Gambar I.3 Sekretariat Komunitas Parmagiani Indonesia



(Sumber : Dokumentasi, 2019)

I.7.3 Peran Peneliti

Peneliti memilih tema mengenai sepak bola karena memang memiliki ketertarikan yang cukup besar dalam dunia sepak bola. Hampir semua berita mengenai sepak bola selalu dibaca oleh peneliti, baik berita nasional maupun

internasional. Peneliti yang juga bisa dibidang sebagai *football enthusiast* dan merupakan *fans* yang dari salah satu klub di Inggris, yaitu Liverpool. Penulis sudah cukup akrab dengan suasana nonton bareng, namun untuk berkomunikasi secara intens dengan suatu komunitas *fans* sepak bola belum pernah dirasakan oleh peneliti. Selama penelitian berlangsung, penulis mengupayakan diri untuk terus bisa berbaur di dalam komunitas Parmagiani Indonesia agar mendapat pemahaman yang lebih obyektif.

I.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah ketika peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.⁴³ Melalui teknik ini peneliti mengumpulkan data dan memperoleh informasi-informasi dari komunitas Parmagiani Indonesia. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat secara detail gejala-gejala sosial yang terjadi dalam sebuah komunitas. Seperti pola interaksi, tindakan

⁴³ John W. Creswell, 2016, *Research Design*, Jakarta, Pustaka Pelajar, hlm. 254

sosial, cara pandang, dan gaya bicara. Hal-hal kultural akan sangat terlihat dan terasa dalam observasi yang dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti untuk memperdalam data dan informasi yang telah didapat dari hasil observasi lapangan. Wawancara yang digunakan ialah dengan teknik tidak terstruktur, yang tentunya lebih terbuka, rileks, tetapi tetap pada fokus pembicaraan utama. Untuk mempermudah dalam mengingat hasil wawancara, maka peneliti menggunakan *handphone* untuk merekam pembicaraan. Wawancara dilakukan di beberapa lokasi yang telah dicantumkan pada bagian lokasi dan waktu penelitian.

3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan dengan tujuan untuk memperkaya data dan informasi yang dirasa masih kurang dalam observasi dan wawancara. Dengan kata lain sebagai sumber bacaan yang merujuk kepada penelitian, maka peneliti menggunakan beberapa buku rujukan, jurnal nasional dan internasional, tesis, disertasi, dan berita-berita di media olahraga yang berfokus membahas mengenai fanatisme, *fans*, dan sepak bola.

I.7.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan secara menyeluruh fokus kajian penelitian melalui interpretasi peneliti. Data primer yang didapatkan berupa hasil observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumen-dokumen yang diperoleh seperti website dan aktivitas komunitas Parmagiani Indonesia di media sosial. Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *fans*, fanatisme dan komunitas. Analisis dilakukan berulang kali untuk mempermudah penarikan kesimpulan.

I.7.6 Triangulasi Data

Triangulasi data digunakan untuk memverifikasi dan validasi data dan informasi yang peneliti dapatkan dari informan. Creswell dalam bukunya mengatakan jika dalam triangulasi, penulis menggunakan berbagai sumber, metode, peneliti dan teori untuk mendapatkan bukti penguat.⁴⁴ Dengan begitu akan memperkaya temuan dengan berbagai sumber dengan perspektif yang berbeda.

Pada penelitian ini informan kunci peneliti adalah komunitas Parmagiani Indonesia. Untuk memvalidasari temuan yang didapatkan, penulis melakukan triangulasi kepada EFFA Indonesia. Sebuah paguyuban yang

⁴⁴ John W. Creswell, 2014, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi Ketiga)*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm 349.

berisi *fans* klub yang mendukung klub-klub dari Eropa. Peneliti bertemu dengan ketua EFFA Indonesia yang juga bagian dari pengurus komunitas Lazio Indonesia.

I.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 Bab yang akan membahas sesuai dengan judul penelitian Makna Fanatisme *Fans* Klub Medioker dalam Sepak Bola (Studi Kasus : Parmagiani Indonesia).

Bab I berisi pendahuluan yang di dalamnya tercantum latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Dalam latar belakang masalah, penulis akan memberikan batasan-batasan permasalahan yang akan menjadi pokok permasalahan penelitian. Dalam rumusan masalah, penulis mencoba untuk mencari fokus dari penelitian ini dan tujuan penelitian akan menjadi alasan akan rumusan masalah yang dipilih oleh penulis. Tinjauan sejenis akan menjadi dasar bantuan penelitian ini. Kerangka konseptual berisi beberapa konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Metodologi penelitian akan memberikan subjek penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian dan teknik yang digunakan.

Bab II berjudul Latar Belakang Sosio Historis Komunitas Parmagiani Indonesia. Bab ini mendeskripsikan secara umum Parma Calcio 1913 dan komunitas Parmagiani Indonesia. Deskripsi tersebut berisi pembahasan seperti sejarah berdirinya, visi misi, struktur kepengurusan Parma Calcio 1913, dan prestasi Parma

Calcio 1913. Deskripsi umum komunitas Parmagiani Indonesia akan berisi sejarah berdirinya Parmagiani Indonesia, struktur kepengurusan komunitas Parmagiani Indonesia, jaringan regionalnya, program, dan dinamika komunitas Parmagiani Indonesia.

Bab III berisi temuan-atas jawaban dari rumusan masalah dan terdiri dari beberapa pembahasan yaitu proses fanatisme komunitas Parmagiani Indonesia, bentuk-bentuk fanatisme komunitas Parmagiani Indonesia dan perspektif EFFA Indonesia terhadap fanatisme komunitas Parmagiani Indonesia.

Bab IV berisi analisis yang akan membahas mengenai makna dan refleksi pendidikan. Bab ini memiliki beberapa analisis mengenai latar belakang munculnya *fans*, komunitas Parmagiani Indonesia dalam konsep *fans* Richard Giulianotti, tipologi *fans*, makna fanatisme, dan analisis manfaat berkomunitas.

Bab V merupakan penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini yang sudah dipaparkan.