

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Sepakbola adalah olahraga sejuta umat. Begitulah sebutan bagi cabang olahraga yang paling digemari hampir di seluruh dunia ini. Sepakbola digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan, tidak hanya anak-anak dan remaja, orang-orang dewasa pun menyukai olahraga yang dimainkan selama 90 menit ini. Survei yang pernah dilakukan oleh FIFA atau *Federation Internationale de Football Association* menyatakan bahwa lebih dari 240 juta orang bermain sepakbola di lebih dari 200 negara, di hampir setiap bagian dunia ([www.most-popular.net/sport-played-world](http://www.most-popular.net/sport-played-world)).

Di Indonesia sendiri, menurut mantan Ketua Umum PSMS Medan, Dzulmi Eldin (yang dikutip dalam <http://www.dnaberita.com/berita-9559-eldin-buka-turnamen-bintang-johor-cup-2015.html>) sepakbola merupakan olahraga rakyat, yaitu olahraga yang dapat dimainkan di mana saja, oleh siapa saja dan tidak membutuhkan biaya besar jika ingin memainkannya. Masyarakat menganggap sepakbola sebagai sebuah daya tarik yang menghibur dan memikat. Mereka akan turut merasa gembira saat klub favorit mereka memenangkan sebuah pertandingan. Mereka juga antusias dalam menyaksikan pertandingan klub favoritnya meskipun melalui layar kaca.

Contohnya pada final Piala AFF Desember 2010 antara tim nasional Indonesia melawan tim nasional Malaysia. Pertandingan tersebut mampu mengalahkan final Piala Dunia 2010. Hasil riset The Nielsen Company mengungkapkan bahwa persentase orang yang menonton pertandingan laga kedua final Piala AFF pada 2010 pada 29 Desember mencapai angka 65,7% dengan rating 23,1, atau ditonton oleh kurang lebih 11,4 juta orang berusia 5 tahun ke atas di 10 kota besar di Indonesia ([www.agbnielsen.com/uploads/indonesia/nielsen-newsletter\\_dec\\_2010-ind.pdf](http://www.agbnielsen.com/uploads/indonesia/nielsen-newsletter_dec_2010-ind.pdf)).

Suporter menjadi bagian penting dari sebuah klub sepakbola. Karena dari itu, suporter sering dijuluki sebagai pemain ke-12 bagi sebuah klub. Dukungan diberikan suporter langsung di stadion maupun melalui layar kaca dan juga media sosial ([akarpadinews.com/read/sporta/fanatisme-suporter-sepak-bola](http://akarpadinews.com/read/sporta/fanatisme-suporter-sepak-bola)). Arti suporter dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang memberikan dukungan, sokongan dan sebagainya (dalam pertandingan dan sebagainya) ([www.kbbi.web.id/suporter](http://www.kbbi.web.id/suporter)). Bentuk dukungan dan sokongan dalam hal ini yakni bisa dilihat dengan memakai *jersey* klub favorit ketika pertandingan dan menonton langsung pertandingan di stadion, menyanyikan *chant* atau nyanyian khas suporter untuk klub kesayangan.

Tidak hanya mendukung klub lokal. Indonesia ternyata merupakan negara yang memiliki suporter paling fanatik terbesar ketiga di dunia (<http://www.inmystery.com/2011/01/10-suporter-paling-fanatik-di-dunia.html>) juga menyukai klub-klub luar negeri. Sama seperti yang dikutip dari tesis Paundra Jhalugilang yang berjudul "Makna Identitas *Fans* Klub Sepakbola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)", masyarakat Indonesia yang memang fanatik akan sepakbola tidak hanya memiliki pendukung yang mendukung klub-klub lokal yang merepresentasikan kedaerahan mereka sendiri seperti The Jak (Persija Jakarta) dan Viking (Persib Bandung). Namun juga para *fans* yang menyukai klub-klub dari liga papan atas Eropa seperti contohnya Liga Premier Inggris yang memiliki daya tarik cukup memikat untuk penggemar sepakbola di Indonesia. Biasanya mereka menyukai klub-klub seperti Manchester United, Juventus dan Barcelona. Mereka menyukai klub-klub tersebut melalui media televisi yang menyiarkan pertandingan dan kompetisi luar negeri. Sehingga banyak penggemar atau *fans* yang menyukai klub-klub luar negeri.

Kecintaan para pendukung terhadap klub sepakbola favoritnya tidak mengenal umur, ras, suku, agama, golongan, dan jenis kelamin. Pendukung sepakbola juga bukan hanya dari kalangan pria saja, klub-klub sepakbola dunia juga memiliki *fans* perempuan. Dari segi profesi, usia, hingga *lifestyle* yang berbeda, *fans* perempuan memiliki klub favoritnya masing-masing. Contoh

antusias *fans* perempuan dapat dilihat pada menjamurnya *fans* perempuan yang menggunakan baju atau *jersey* klub sepakbola, dan biasanya banyak dari mereka yang menggunakan *jersey* klub asal Eropa maupun dari luar Indonesia.

Antusias perempuan terhadap olahraga sepakbola juga sangat besar. Hal itu terlihat dari banyaknya komunitas suporter klub sepakbola lokal seperti Jak Angel (suporter perempuan klub sepakbola Persija Jakarta), Bonita Bonek (suporter perempuan klub sepakbola Persebaya Surabaya), Ladies Viking (suporter perempuan klub sepakbola Persib Bandung), dan Aremanita Arema (suporter perempuan klub sepakbola Arema Malang). Contoh antusias mereka adalah ketika mereka terlibat pada kegiatan-kegiatan seperti nobar atau nonton bareng pertandingan klub favoritnya tersebut. Selain pendukung untuk klub-klub lokal, di Indonesia juga banyak terdapat *fans* perempuan yang mendukung klub-klub sepakbola di luar Indonesia, terutama klub-klub sepakbola Eropa.

Menurut Giulianotti dalam jurnalnya "*Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*" (2012: 27-28) menyatakan perbedaan suporter dan *fans*. *Fans* adalah mereka yang memberikan dukungan dari jauh dan biasanya menggunakan media dalam mendukung dan menyaksikan klub kesayangannya bertanding. Penelitian ini menggunakan istilah "*fans*" untuk mendefinisikan pendukung sepakbola jarak jauh karena keterbatasan geografis maupun ekonomi. Di Indonesia sendiri, *fans* perempuan yang mendukung klub sepakbola Eropa juga terhitung sangat banyak. *Fans* dari Liga Premier Inggris, Liga Spanyol atau LA Liga, dan juga Liga Italia. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah *likers* Facebook yang menaungi *fans* perempuan. Contohnya akun Facebook *fans* perempuan klub sepakbola Manchester United, Mancuniangel Indonesia (MUFC Girls) yang memiliki *likers* 49,996 orang didominasi oleh *fans* perempuan didalamnya (per 13 November 2015).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah *Likers* Facebook *Fans* Perempuan Yang Mendukung Klub Sepakbola Asing**

No	Akun Facebook	Jumlah Likers
1	Mancuniangel Indonesia (MUFC Girls)	49,996
2	Real Madrid Girls Indonesia	27,524
3	Barcelona Indonesia Fans Girls (Beibs)	7,016
4	Goonerette Arsenal Indonesia	845
5	Milanisti Indonesia Angels	360
6	Juventus Girls Fans Club	245
7	Chelsea Girls Indonesia	76

Sumber: Olahan Peneliti, 2015.

Akun Facebook *fans* perempuan di Indonesia yang mendukung Manchester United memiliki jumlah *likers* sebanyak 49,996 (per 13 November 2015), dan merupakan yang terbanyak dari beberapa *fans* perempuan yang mendukung klub asing lain (selain di Liga Premier Inggris). Lalu, diikuti oleh *fans* perempuan di Indonesia yang mendukung klub asal Spanyol, Real Madrid sebanyak 27,524 *likers*. Masih klub dari Spanyol, *fans* perempuan di Indonesia yang mendukung klub Barcelona memiliki jumlah *likers* terbanyak ketiga dengan jumlah 7,016. Selanjutnya, dengan *likers* 845, 360, 245, dan 76 merupakan akun Facebook *fans* perempuan di Indonesia yang mendukung Arsenal, klub asal Inggris, AC Milan dan Juventus asal Itali dan Chelsea yang juga merupakan klub asal Inggris.

Menjadi seorang *fans* perempuan yang mendukung klub sepakbola asing tentu tidak terjadi begitu saja. Mereka menemukan identitasnya sebagai seorang *fans* dengan melalui proses pembentukan identitas. Pembentukan identitas dapat terjadi karena adanya interaksi individu dengan lingkungannya. Setelah terbentuk

identitas sebagai seorang *fans*, mereka berkumpul, bertukar ide dan berinteraksi dalam sebuah komunitas. Komunitas menampung *fans-fans* suatu klub sepakbola untuk menjadi bagiannya. Di Indonesia, khususnya bentuk dukungan juga dilakukan *fans* perempuan dengan ikut *fans club* atau komunitas yang sudah mulai menjamur di era sepakbola modern (dikutip dari [http://www.unitedindonesia.org/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=108:wanita-dan-sepakbola&catid=39:fans-talk&Itemid=79](http://www.unitedindonesia.org/web/index.php?option=com_content&view=article&id=108:wanita-dan-sepakbola&catid=39:fans-talk&Itemid=79)). Komunitas yang sudah mulai diminati ini mempunyai banyak kegiatan yang memungkinkan *fans* perempuan ikut di dalamnya mulai dari nonton bareng, *fun* futsal atau semacam *gathering*. Komunitas penggemar ini biasanya ditandai dengan diberikannya kartu anggota, keseragaman dan kepemilikan *jersey* atau kaus klub yang menjadi sebuah identitas nomor satu sebagai seorang *fans* sebuah klub sepakbola. Berbagai atribut yang berhubungan dengan klub sudah menjadi simbol tersendiri terhadap klub sepakbola yang dibelanya.

United Indonesia merupakan komunitas *fans* Manchester United terbesar di Indonesia yang tersebar hampir di seluruh Indonesia ([www.tempo.co/read/news/2013/05/10/099479495/United-Indonesia-Terbentuk-Usai-Konflik-Internal](http://www.tempo.co/read/news/2013/05/10/099479495/United-Indonesia-Terbentuk-Usai-Konflik-Internal)). United Indonesia (UI) memiliki lebih dari 80 wilayah (atau biasa disebut *chapter*) di Indonesia. Mereka merupakan bagian resmi dari United Indonesia yang menampung *fans* Manchester United di Indonesia. Salah satu *chapter* yang dimiliki UI adalah *chapter* Bandung (biasa disebut MoB atau *member of* Bandung). MoB ini telah berdiri dari tahun 2010. United Indonesia *chapter* Bandung menampung seluruh *fans* Manchester United, baik laki-laki maupun perempuan yang berdomisili di Bandung.

Jumlah *fans* sepakbola perempuan yang tergabung dalam United Indonesia *chapter* Bandung setiap periodenya bermacam-macam. Semenjak pertama kali berdiri hingga tahun bulan Oktober tahun 2015 ini, total jumlah member baik perempuan maupun laki-laki sekitar 1000 member. Namun, jumlah member perempuan yang bergabung memang jauh lebih sedikit dari pada jumlah member laki-laki. Namun, setiap periode selalu ada *fans* perempuan yang mendaftarkan

diri. Berdasarkan bagian *membership* United Indonesia *chapter* Bandung, total member perempuan dari awal berdirinya tahun 2007, terdapat kurang lebih 100 member perempuan. Jumlah *fans* perempuan yang mendaftar tidak menentu, kadang mengalami kenaikan pada periode tertentu. (sumber: bagian *membership* United Indonesia *chapter* Bandung).

*Fans* perempuan klub sepakbola Manchester United menyebut diri mereka *Babes*. Diambil dari nama pelatih legendaris klub tersebut, Sir Matt Busby dan juga karena *babes* memiliki arti wanita-wanita cantik. *Babes* di Indonesia memiliki jumlah yang cukup banyak. Hal itu dilihat dari pengikut akun Twitter @UIMoBabes (*United Babes of Bandung*), salah satu akun yang menampung *fans* perempuan yang menyukai sepakbola, yakni sekitar 814 pengikut (per 16 Oktober 2015). Anggota tetap *United Babes of Bandung* ini tergabung dalam United Indonesia wilayah (atau disebut *chapter*) Bandung. Para *fans* perempuan di dalam United Indonesia *chapter* Bandung ini disebut *United Babes of Bandung* atau Mobabes.

Seperti yang dilansir dalam harian Tribun Bandung, para *Babes* se-Indonesia pernah mengadakan acara gathering nasional khusus untuk *fans* perempuan yang tergabung dalam United Indonesia. Gathering Nasional 2015 “*Babes United in Heels*” dengan *main show* sebuah “*Girls Talk*” yang bertajuk “Wanita dan Komunitas Sepakbola” ini berlangsung dari 8 – 9 Agustus 2015 di Villa Istana Bunga, Bandung. Kegiatan yang dilakukan selama gathering seperti; fun futsal, *games*, karaoke, *dance*, lomba kostum, dan zumba. Acara ini diikuti oleh *Babes* dari beberapa *chapter* di Indonesia, termasuk *chapter* Bandung. Gathering ini akan diadakan setiap satu atau dua tahun sekali dan tidak ada syarat tertentu untuk *babes* lain yang ingin bergabung, namun harus terdaftar dalam *chapter* United Indonesia.

Gengsi dan harga diri sebagai seorang *fans* menjadi penting ketika klub kesayangan bertanding. Perilaku dalam mendukung juga akan membuat *fans* mendapatkan gelar *fanatik*. Fanatisme berlebihan dari *fans* sering berubah menjadi kerusuhan yang tidak berarti. Tindakan tersebut semakin parah apabila terdapat

gesekan dengan *fans* klub lain yang merasa bahwa klubnya lebih baik daripada klub-klub lain. Tidak hanya mendukung klub lokal, Indonesia ternyata merupakan negara yang memiliki suporter paling fanatik terbesar ketiga di dunia (<http://www.inmystery.com/2011/01/10-suporter-paling-fanatik-di-dunia.html>)

Menurut Chandra dalam skripsinya (2011: 1) fanatisme adalah suatu keyakinan tentang sesuatu yang positif atau negatif. Merupakan pandangan yang tidak memiliki sandaran teori, namun dianut secara mendalam sehingga sulit diubah. Masih dari sumber yang sama, fanatisme dapat mempengaruhi seseorang dalam berbuat sesuatu, berpikir dan memutuskan, dan juga mempersepsi dan memahami sesuatu. Sebuah fanatisme akan memunculkan dampak positif tanpa adanya perilaku yang tidak terkontrol. Fanatisme positif dalam sepakbola dapat dilihat dari perilaku para *fans* seperti menjadi penonton loyal ketika klub favoritnya – apabila klub lokal – bertanding, penggunaan atribut klub, kepemilikan atribut yang memiliki unsur klub sepakbola favoritnya, menjadikan komunitas ajang berkumpul dan bersosialisasi, serta kegiatan dan dukungan positif lainnya seperti mengadakan nobar atau nonton bareng.

Fanatisme dalam olahraga, biasanya ditunjukkan oleh laki-laki yang berlebih-lebihan ketika mendukung klub favoritnya. Tidak hanya kaum laki-laki, fanatisme terhadap olahraga juga ternyata dilakukan dan ditunjukkan oleh *fans* maupun suporter perempuan di luar negeri dalam mendukung klub olahraga lokal. Seperti yang diceritakan oleh Hanna M. Bauer (di website <http://theodysseyonline.com/winconsin-la-crosse/true-life-football-lover-packer-fanatic-woman/202937>) bahwa ia merupakan suporter klub futbol *Green Bay Packers*. Ia telah menjadi *fan* sejak kecil dan juga karena klub ini adalah klub futbol lokal sehingga sudah turun-temurun dari ayahnya dalam mendukung *Green Bay Packers*. Fanatisme yang ditunjukkan oleh Hanna adalah selalu menggunakan atribut *Green Bay Packers* dengan warna ungu dan kuning dari *beanie* hingga kaus kaki. Ia menambahkan juga bahwa sudah menjadi tradisi keluarganya untuk menonton pertandingan bersama dan mempelajari teknik-teknik dalam permainan futbol terutama pada klub *Green Bay Packers*.

Selain itu, fanatisme juga ditunjukkan oleh seorang nenek yang merupakan suporter Manchester United. Seperti yang dikutip dari (<http://www.dailystar.co.uk/sport/football/421144/Manchester-United-granny-trolls-Arsenal-fans>) ia merupakan pendukung lokal dari Manchester United dan rela mengikuti klub yang dijuluki Setan Merah ini ke pertandingan *away*. Ia menunjukkan dukungan yang berlebihan terhadap Manchester United dengan mengejek klub lawan yaitu Arsenal sehingga membuatnya menjadi sorotan di dunia maya saat itu. Ia juga *full* mengenakan atribut Manchester United dari *jersey* dan juga syal.

Dikutip dari <http://wildeastfootball.net/2013/03/seen-and-heard-female-football-fans-in-china/> bahwa *fans* perempuan juga sama *passionately* atau penuh semangat dan loyal kepada sebuah klub sepakbola seperti *fans* laki-laki. Seorang *fan* perempuan asal Tiongkok yang mendukung klub lokal Guang Zhou mengatakan bahwa ia menjadi *fan* karena ingin menunjukkan kepada klub dukungan yang kuat darinya dan ia juga mengatakan bahwa ia menjadi seorang *fan* hanya untuk Guang Zhou. Seorang *fan* loyal lainnya yang merupakan anggota dari Beijing's Royal Army juga mengatakan bahwa *fans* perempuan sama saja dengan *fans* laki-laki dalam mendukung klub sepakbola, dan karena merupakan klub lokal, mereka juga datang ke stadion. Tetapi karena kebanyakan dari mereka bukan *fan* asli karena hanya datang untuk hiburan dan hal itu berdampak buruk kepada *fans* perempuan yang memang merupakan *fans* asli. Ia mengatakan ia telah menjadi *fan* klub lokal Guoan sejak tahun 1997, lebih lama daripada *fan* laki-laki dan selalu menyanyikan *chant* sama kerasnya dengan mereka.

Arti *fans* menurut Giulianotti (2002: 13) adalah mereka yang memiliki cinta dan inklubasi yang kuat terhadap suatu klub, memberi dukungan pada klub serta merupakan kunci elemen dari dirinya sendiri. Bentuk dukungan dalam hal ini yakni bisa dilihat dengan memakai *jersey* klub favorit ketika pertandingan, mengoleksi pernak-pernik berunsur klub favoritnya, menyanyikan *chant* atau nyanyian khas *fans* untuk klub kesayangan dan turut serta dalam kegiatan nobar atau nonton bareng bersama komunitas penggemar melawan klub lawan. Hal-hal

yang disebutkan diatas merupakan fanatisme positif yang justru meningkatkan cinta *fans* pada klub-klub kesayangan mereka.

Berdasarkan paparan di atas, bentuk dukungan dari *fans* perempuan dalam mendukung klub sepakbola favoritnya, dalam penelitian ini Manchester United, juga memiliki sisi fanatisme. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengkaji masalah ini lebih dalam mengenai sisi fanatisme dari *fans* perempuan tersebut dan mengajukan topik penelitian dengan judul “*Fanatisme Fans Perempuan Dalam Mendukung Klub Sepakbola Manchester United (Studi Kasus Pada Anggota United Babes of Bandung)*”.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka fokus dari penelitian ini adalah “Bagaimana fanatisme anggota *United Babes of Bandung* dalam mendukung klub sepakbola Manchester United”. Adapun pertanyaan-pertanyaan penelitian terkait dengan fokus penelitian adalah:

1. Bagaimana proses pembentukan identitas diri anggota *United Babes of Bandung* sebagai *fans* sepakbola dan Manchester United sebagai latar belakang fanatisme dalam mendukung klub sepakbola Manchester United?
2. Bagaimana fanatisme anggota *United Babes of Bandung* dalam mendukung klub sepakbola Manchester United?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku *fans* perempuan dalam mendukung klub sepakbola dengan menjabarkan:

1. Untuk menjelaskan proses pembentukan identitas diri anggota *United Babes of Bandung* sebagai *fans* sepakbola dan Manchester United

sebagai latar belakang fanatisme dalam mendukung klub sepakbola Manchester United.

2. Untuk mendeskripsikan fanatisme anggota *United Babes of Bandung* dalam mendukung klub sepakbola Manchester United.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan memberikan manfaat di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pemahaman mengenai *fans* dan fanatisme.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi serta bahan kajian bagi para *fans-fans* perempuan pencinta olahraga, terutama sepakbola untuk dapat mengambil sisi positif dari fanatisme dalam mendukung klub sepakbola favoritnya.

#### **1.5. Tahapan Penelitian**

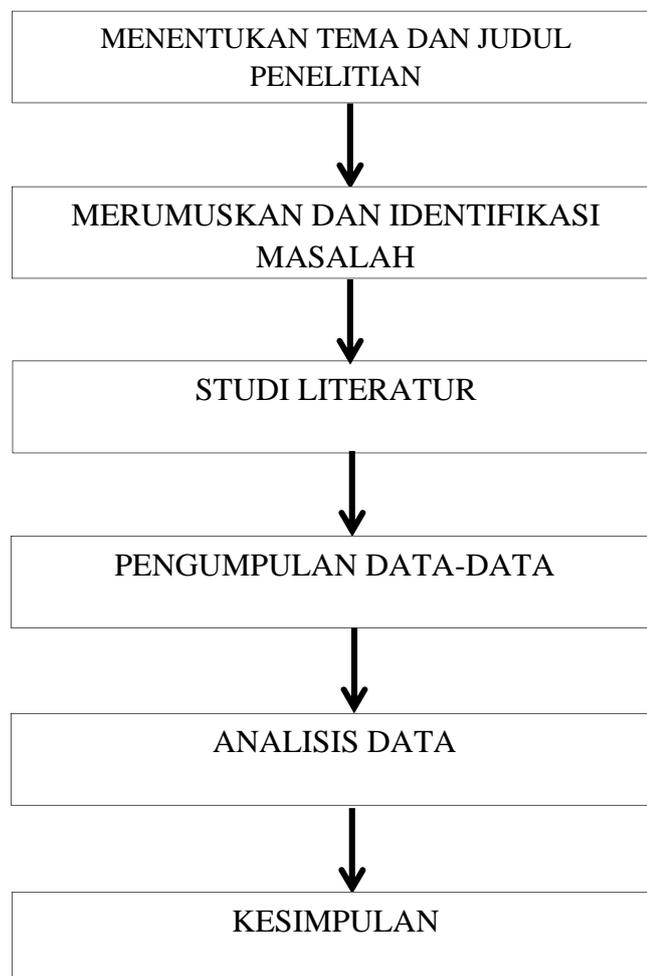
Terdapat tahapan-tahapan dalam penelitian ini dengan tujuan agar pelaksanaan penelitian berjalan secara sistematis dan terarah. Tahapan penelitian diawali dengan pemilihan tema. Dimana peneliti menentukan beberapa tema besar beserta judul.

Selanjutnya, setelah tema terbentuk peneliti menyusun masalah-masalah yang akan dirumuskan dan diidentifikasi bahasannya. Terdapat dua pokok masalah yang peneliti identifikasi dalam penelitian ini.

Kemudian, peneliti mencari referensi-referensi mengenai tema yang telah ditentukan menggunakan studi literatur. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran tentang format penulisan, teori, dan juga metode penelitian.

Setelah itu dilakukan dengan proses pengumpulan data-data dengan sesuai dengan kerangka pemikiran atau landasan berpikir penelitian. Data-data yang sudah peneliti kumpulkan, kemudian dianalisis dan dijabarkan dengan rinci sehingga didapatkan kesimpulan.

**Gambar 1.1**  
**Tahapan Penelitian**



Sumber: Olahan Peneliti, 2015

## 1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan difokuskan di Kota Bandung karena peneliti mencari informan *fans* perempuan yang tergabung dalam United Indonesia *chapter* Bandung. Namun, tidak menutup kemungkinan di luar kota karena menyesuaikan dengan situasi dan kondisi informan. Lokasi juga akan disesuaikan dengan jadwal kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh United Indonesia *chapter* Bandung dan juga menyesuaikan jadwal dan kegiatan para informan.

### 1.6.2. Waktu Penelitian

**Tabel 1.2**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan																	
		November			Desember			Januari		Februari		Maret		April		Mei			
1	Mencari dan mengumpulkan ide, persiapan penelitian	■	■																
2	Menentukan tema dan judul penelitian, dan kajian penelitian terdahulu		■	■	■	■													
3	Penyusunan proposal penelitian				■	■	■	■											
4	Pengumpulan data primer dan sekunder di lapangan								■	■	■	■	■	■					
5	Analisis dan interpretasi data													■	■	■	■		
6	Penyelesaian hasil penelitian																	■	■

Sumber : Olahan Peneliti, 2016