

## FANATISME FANS PEREMPUAN DALAM MENDUKUNG KLUB SEPAKBOLA MANCHESTER UNITED (STUDI KASUS PADA UNITED BABES OF BANDUNG)

*Fanaticism of Female Fans in Supporting Manchester United Football Club  
(Case Study of United Babes of Bandung)*

Chintya Rianingsih<sup>1</sup>, Roro Retno Wulan<sup>2</sup>, Ruth Mei Ulina Malau<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis,  
Universitas Telkom, Bandung (chintyarianingsih@gmail.com)

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis,  
Universitas Telkom, Bandung (rorowoelan28@gmail.com)

<sup>3</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis,  
Universitas Telkom, Bandung (ruthmeimalau@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### **Keywords:**

case study, community,  
fanaticism, fans,  
female fans, self  
identity construction

#### **Katakunci:**

fanatisme, fans, fans  
perempuan, komunitas,  
pembentukan identitas  
diri, studi kasus

#### **How to cite:**

Rianingsih, C., Wulan,  
R. R., & Malau, R. M.  
(2019). *Fanatisme  
Fans Perempuan  
Dalam Mendukung  
Klub Sepakbola  
Manchester United  
(Studi Kasus Pada  
United Babes of  
Bandung)*. *Kareba :  
Jurnal Ilmu  
Komunikasi*, 8(1),  
188-194.

### ABSTRACT

Football is one of the most loved sports in the world. Fans' support to their favorite football club is not only based from age, race, ethnic, religion, class and gender. Recently, female also become a part of football fans. They support their favorite club using media because of geography barrier. They give their support by collecting club's attributes and by joining a community. Such as female fans of United Babes of Bandung in supporting Manchester United football club. This research focuses on the process of fans identity construction as a background of fanaticism and their fanaticism in supporting Manchester United. The objectives of this research are to explain the process of fans identity construction as a background of fanaticism and to describe female fans in United Babes of Bandung fanaticism. This research uses qualitative method with case study approach. The data obtained through interviews, observations, and literature studies. While informants in this study are female fans in United Indonesia chapter Bandung or known as United Babes of Bandung. Research results show that fans identity construction is built by family, friends, and mass media influences. Also shows that it has two important components i.e. exploration and commitment. Their fanaticism are shown by fanaticism aspects which, their activities in supporting Manchester United, their personal attitude, how long they support the club and family support.

#### **Abstrak**

Sepakbola merupakan olahraga yang paling digemari hampir di seluruh dunia. Kecintaan para pendukung sepakbola terhadap klub sepakbola favoritnya tidak mengenal umur, ras, suku, agama, golongan, dan jenis kelamin. Tidak hanya laki-laki, dewasa ini perempuan juga menjadi bagian dari pendukung atau fans sepakbola. Para fans perempuan mendukung klub favoritnya dari jauh dan biasanya menggunakan media karena keterbatasan geografis. Dukungan yang

ditunjukkan *fans* perempuan ini adalah dengan kepemilikan atribut klub kesayangan dan keikutsertaannya di komunitas. Seperti yang dilakukan oleh *fans* perempuan di *United Babes of Bandung* dalam mendukung klub sepakbola favoritnya yaitu Manchester United. Penelitian ini berfokus pada proses pembentukan identitas diri *fans* perempuan sebagai latar belakang fanatisme dan juga fanatisme mereka sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan proses pembentukan identitas diri mereka sebagai *fans* sepakbola dan Manchester United sebagai latar belakang fanatisme serta untuk mendeskripsikan fanatisme anggota *United Babes of Bandung* dalam mendukung Manchester United. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Sedangkan informan pada penelitian ini adalah *fans* perempuan yang tergabung di komunitas United Indonesia *chapter* Bandung atau dikenal dengan sebutan *United Babes of Bandung*. Hasil penelitian yang diperoleh adalah proses pembentukan identitas diri para *babes* disebabkan karena pengaruh keluarga, teman dan media massa. Pembentukan identitas *fans* ini melalui dua komponen penting yaitu eksplorasi dan komitmen. Fanatisme para *babes* ditunjukkan dari aspek-aspek fanatisme yaitu, kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Manchester United, sikap pribadi, lama mendukung, dan dukungan keluarga.

Copyright © 2019. KAREBA. All rights reserved.

## 1. PENDAHULUAN

Sepakbola merupakan olahraga yang digemari banyak orang. Pendukung atau *fans*nyadatang dari berbagai kalangan. Kecintaan para pendukung sepakbola tidak mengenal umur, ras, suku, agama, golongan dan jenis kelamin. Tidak hanya mendukung klub lokal saja, banyak dari *fans* ini mendukung klub-klub dari liga papan atas Eropa seperti Manchester United, Juventus, dan Barcelona. *Fans* adalah mereka yang memberikan dukungan dari jauh dan biasanya menggunakan media dalam mendukung dan menyaksikan klub kesayangannya bertanding karena keterbatasan geografis maupun ekonomi (Giulianotti, 2012: 27-28).

Dewasa ini, perempuan juga menjadi bagian dari pendukung atau *fans* sepakbola. Para *fans* perempuan mendukung klub favoritnya dari jauh dan biasanya menggunakan media seperti televisi. Menjadi seorang *fans* perempuan yang mendukung klub sepakbola asing tentu tidak terjadi begitu saja. Mereka menemukan identitasnya sebagai seorang *fans* melalui proses pembentukan identitas diri. Pembentukan identitas dapat terjadi karena adanya interaksi individu dengan lingkungannya. Identitas diri sebagai *fans* ini yang kemudian menjadi latar belakang fanatisme dari *fans* perempuan yang mendukung Manchester United. Sedangkan fanatisme yang ditunjukkan adalah dari kegiatan yang dilakukanserta dukungan dari *fans* perempuan ini seperti kepemilikan atribut klub kesayangan dan keikutsertaannya di komunitas. Seperti yang dilakukan oleh *fans* perempuan di *United Babes of Bandung* dalam mendukung klub sepakbola favoritnya yaitu Manchester United.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui latar belakang fanatisme *fans* perempuan melalui pembentukan identitas dirinya sebagai *fans* sepakbola dan *fans* Manchester United. Penelitian ini juga akan membahas fanatisme yang ditunjukkan *fans* perempuan melalui aspek-aspek fanatisme yang membentuk fanatisme mereka dalam mendukung klub sepakbola Manchester United.

## 2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

### 2.1. Komunikasi

Menurut De Vito (1995: 4) komunikasi adalah pengiriman pesan-pesan oleh seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek umpan balik yang langsung. Seperti menurut Davis, 1940 dan Wasserman, 1924 (dalam Rakhmat, 2012; 2) menyatakan bahwa komunikasi sangat erat kaitannya dengan perilaku dan kesadaran manusia. Komunikasi juga merupakan proses atensi menjadi ingatan, dan komunikasi memiliki maksud untuk mendorong munculnya perilaku. Sehingga, komunikasi manusia adalah proses yang melalui individu dalam hubungannya, dalam keluarga, dalam organisasi dan dalam masyarakat. Komunikasi menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain (Ruben dalam Fathansah, 2013: 31).

### 2.2. Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul untuk mencapai tujuan tertentu dan mereka berbagi makna dan sikap (Mulyana, 2010: 46). Masih dari sumber yang sama, komunitas itu bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, karena itu komunikasi lah yang berperan dan menjelaskan kebersamaan itu.

### 2.3. Budaya Populer

Pierre Bourdieu mencontohkan budaya populer sebagai “konsumsi budaya” yang seringkali difungsikan sebagai ciri “kelas” yakni memiliki arti kategori sosial ekonomi maupun tingkat kualitas tertentu. Menurutnya, konsumsi budaya sudah ditentukan, sadar dan disengaja, atau tidak untuk tujuan memenuhi fungsi sosial pengabsahan perbedaan sosial (Bourdieu, 1984: 5). Pembatasan ini didukung oleh pernyataan bahwa budaya populer adalah budaya komersial dampak dari produksi massal (Storey, 2003: 12). Selain itu, sebagai budaya populer, sepakbola juga yang dengan fleksibel ditayangkan di televisi, serta penyebarannya yang luas dan cepat ini juga menumbuhkan konsumsi budaya pada *fans* sepakbola yang disampaikan Bourdieu yakni konsumsi aksesoris klub sepakbola kesayangannya.

#### a. Sepakbola Sebagai Budaya Populer

Pada masa lalu menonton pertandingan sepakbola berarti pergi ke stadion. Namun, sekarang pertandingan bisa ditonton di mana saja. Bentuk yang paling populer menurut Febriani (2011: 6) adalah menonton pertandingan di televisi. Munculnya pertandingan sepakbola di televisi juga memungkinkan menjangkau penonton dengan lebih luas, bahkan ke luar negeri. Contohnya seperti di Indonesia, beberapa liga besar dunia pernah dan masih ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi di Indonesia.

### 2.4. Fan Studies

Jenkins mengatakan dalam bukunya bahwa *fans* merupakan penafsir aktif. Maksudnya adalah mereka membangun identitas sosialnya dengan menjadi audiens yang aktif dalam merespon media. Mereka berusaha untuk menggali makna melalui caranya sendiri sehingga mendapatkan materi yang bisa mereka dijadikan untuk interaksi sosial dengan *fans* lain (1992: 23-24).

*Fan Studies* sebagai sebuah bidang akademik yang tujuan para praktisinya adalah untuk merepresentasikan *fandom* melalui cara yang positif. *Fan Studies* juga mempelajari komunitas *fans* dan kebiasaan para *fans* (Duffett, 2013: 2). Mark Duffett mengutip Henry Jenkins dan menambahkan bahwa *fan studies* telah fokus pada *western media* dan komunitas *fans*. Dan bagaimana alur global dari konten digital mempengaruhi *fans* dari luar Amerika maupun luar daerah yang tidak memiliki akses langsung pada apa yang digemarinya, dalam hal ini tim sepakbola asing.

## 2.5. Teori Pembentukan Identitas Diri

Secara psikologis, definisi identitas diri secara umum adalah sebuah kelanjutan menjadi seorang yang tunggal dan pribadi yang sama, yang dikenali oleh orang lain (Erikson dikutip Jhalugilang, 2012: 15). Atau dapat dikatakan identitas diri adalah konsep untuk membedakan suatu individu dengan individu lain. Pembentukan identitas merupakan suatu proses pencarian kejelasan dan pengintegrasian diri menjadi manusia utuh. Dalam prosesnya, pembentukan identitas telah terjadi secara kompleks, dinamis dan berlangsung sepanjang hidup. Pembentukan identitas diri memiliki dua komponen penting, yaitu eksplorasi dan komitmen. Identitas diri seseorang terbentuk melalui institusi seperti keluarga dan teman, kelompok etnis dan budaya serta media massa (Jhalugilang, 2012: 18).

## 2.6. Fans Perempuan

Caddington dalam Cecamore, Fraesdorf, Langer dan Power (2010: 9) menjelaskan bahwa tidak ada alasan yang seragam mengapa perempuan memilih sepakbola. Gagasan tentang *'inauthenticity'* secara khas mengelilingi *fans* perempuan yang menyukai olahraga yang dimainkan laki-laki, juga sering dikatakan bahwa mereka bukanlah *fans* ataupun *fans* yang sesungguhnya dan hanya tertarik pada keatraktifan heteroseksual dari para pemain (Crawford dan Gosling dalam Pope, 2013: 14).

Peter Mewett dan Kim Toffoletti (2008: 5) menuliskan kategori tentang bagaimana perempuan menjadi seorang *fans* olahraga, dan dalam hal ini adalah sepakbola. Terdapat tiga kategori yaitu:

- a. *In The Blood*, para *fans* yang memang berasal dari keturunan pencinta olahraga seperti orang tuanya yang merupakan *fans* suatu tim olahraga.
- b. *Learners*, *fans* perempuan yang menyukai olahraga karena alasan *the influence of friends* (pengaruh teman) dan *tempted by television* (pengaruh televisi).
- c. *Converts and STFs (sexually transmitted fandom)*, *converts* adalah mereka yang menjadi *fans* setelah satu kali menonton pertandingan kemudian secara 'instan' menjadi *fans* dari tim tersebut. Sedangkan *STFs* adalah kategori *fans* di mana perempuan menjadi *fans* karena faktor pasangannya yang juga merupakan *fans* dari suatu tim olahraga.

## 2.7. Fanatisme

Fanatisme menurut Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly dan Pascale Quester dalam jurnalnya (2008: 333) adalah sebuah bentuk unik dari loyalitas yang dikarakterisasikan pada level komitmen, antusias, emosional, kegembiraan dan cinta yang begitu kuat. Fanatisme juga dapat dibuat oleh keinginan untuk menjadi bagian dari lingkungan yang dibentuk oleh tim pemenang. Faktor-faktor yang menimbulkan kefanatikan terhadap olahraga, dalam kasus ini sepakbola, adalah berdasarkan faktor personel atau pemain, keunikan, nama tim, logo, warna dan yel-yel klub (Jhalugilang, 2012: 29).

Adapun aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (2001: 7) terhadap suatu tim sepakbola diantaranya adalah:

- a. Besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan. Fanatisme terhadap satu jenis aktivitas tertentu merupakan hal yang wajar. Fanatisme akan membuat seseorang lebih meningkatkan usaha dalam mendukung tim sepakbola favoritnya.
- b. Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut. Karena sikap pribadi itulah yang menjadi jiwa dan awal dari sesuatu yang akan dilakukan dalam mendukung sesuatu, dalam hal ini tim sepakbola favorit.

- c. Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu. Sesuatu akan lebih bermakna apabila terdapat kadar kecintaan terhadap apa yang dilakukannya, yaitu dengan perasaan senang dan bangga terhadap kegiatannya tersebut.
- d. Dukungan yang datang dari keluarga juga mempengaruhi seseorang terhadap bidang kegiatannya. Selain hal-hal diatas, dukungan dari keluarga juga sangat mempengaruhi munculnya fanatisme.

## 2.8. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pertimbangan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang sedang terjadi secara alamiah (*natural*). Data alamiah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi di lapangan dengan menggunakan catatan-catatan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini tidak dapat disajikan dalam bentuk angka, namun dapat dideskripsikan atau digambarkan dalam bentuk bahasa. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara mendalam, hasil observasi, dan studi pustaka yang sesuai dengan hasil wawancara serta observasi.

## 3. PEMBAHASAN

Pada proses pembentukan identitas *fans* sepakbola dan Manchester United ini, kedua komponen dan institusi pembentuk identitas berperan besar bagi para informan. Mereka mengidentifikasi dirinya sebagai seorang *fans* perempuan melalui komponen dan institusi pembentuk identitas. Di proses eksplorasi mereka rela dengan aktif menanyakan tentang identitas mereka dibantu oleh institusi pembentuk identitas yakni keluarga, lingkungan atau teman dan media massa terutama televisi. Menggunakan seluruh informasi, media dan pengetahuannya tentang sepakbola, yang pada akhirnya menuntun mereka menjadi seorang *fans* sepakbola. Dalam tahap ini, semua informan menyukai sepakbola dan Manchester United berawal dari rasa ingin tahu. Beberapa informan mendapat pengaruh dari keluarga dan lingkungan sekitar seperti teman, dan ada juga yang melalui pengaruh media massa tepatnya televisi untuk mengenal sepakbola dan Manchester United. Selain itu, para informan juga mendapat pengaruh dari keluarga yang bukan penggemar Manchester United, melainkan klub-klub lain lain bahkan rival Manchester United.

Sedangkan dalam tahap komitmen, semua informan telah membuat keputusan yang mantap untuk menjadi *fans* Manchester United. Mereka telah yakin dalam membuat pilihan sebagai seorang *fans* Manchester United. Itu terbukti dari lamanya mereka menjadi *fans*. Mereka membuktikan bahwa mereka tidak main-main dalam mendukung Manchester United dan mengatakan bahwa mereka akan mendukung Manchester United untuk seterusnya.

Fanatisme para *babes* dalam mendukung Manchester United ditunjukkan dari aspek-aspek fanatisme yang disampaikan Goddard (2001:7) pertama, yaitu tentang kegiatan dan aktivitas yang dilakukan *babes* untuk mendukung Manchester United seperti kepemilikan aksesoris atau pernak-pernik serba Manchester United yakni, *jersey*, *mug*, kaus, poster, jam tangan, *sticker*, dan majalah Manchester United. Selain itu, keikutsertaan para *babes* didalam komunitas yang mendukung Manchester United dan juga keaktifan mereka dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan komunitas seperti nobar, *gathering* nasional, *gathering babes*, *charity*, menjadi pengurus komunitas, kopdar, aktif menyanyikan *chant* ketika nobar dll merupakan kegiatan dan aktivitas yang dilakukan *babes* untuk mendukung Manchester United. Kedua, sikap pribadi yang menjadi awal dari sesuatu yang mereka lakukan dalam mendukung Manchester United. Hasil pertandingan Manchester United yang mempengaruhi suasana hati mereka membuat meningkatkan kecintaannya terhadap klub asal

Manchester United itu. Ketika kalah, mereka akan merasa kesal namun tidak membuat mereka berhenti mendukung Manchester United, justru akan mengharap mereka untuk menang. Dan ketika mendapatkan kemenangan, akan membuat suasana hati mereka jauh lebih baik dan membuat mereka semakin mendukung Manchester United. Rivalitas antar klub juga menimbulkan sikap pribadi untuk para *babes*. Mereka menganggap rival-rival Manchester United sebagai rival mereka sendiri. Ketiga, lama mereka bergabung didalam komunitas yang mendukung kegemaran mereka. Keempat *babes* telah bergabung didalam komunitas lebih dari 3 tahun dan mereka masih aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh komunitas. Keempat, dukungan positif yang datang dari keluarga yang mempengaruhi para *babes* untuk mendukung Manchester United dan juga berkomunitas di United Indonesia *chapter* Bandung.

#### 4. KESIMPULAN

Proses pembentukan identitas para *babes* disebabkan karena pengaruh keluarga, lingkungan sekitarnya, dan juga media massa. Pembentukan identitas fans ini memiliki dua komponen penting. Pertama adalah eksplorasi, dimana para *babes* mencari tahu terlebih dahulu mengenai sepakbola dan Manchester United yang dikenalkan oleh keluarganya, lingkungan sekitar seperti teman dan juga dari televisi sebagai institusi pembentukan identitas. Kemudian, setelah identitas fans sepakbola dan fans Manchester United itu terbentuk, mereka akan memiliki komitmen yang ditunjukkan dari lamanya mereka menjadi fans sepakbola maupun fans Manchester United. Tidak hanya itu, hal ini juga didukung dari komitmen pribadi mereka yang akan mendukung Manchester United untuk seterusnya.

Fanatisme para *babes* dalam mendukung Manchester United ditunjukkan dari aspek-aspek fanatisme yang disampaikan Goddard (2001:7) pertama, yaitu tentang kegiatan dan aktivitas yang dilakukan *babes* untuk mendukung Manchester United, keikutsertaan para *babes* didalam komunitas yang mendukung Manchester United dan juga keaktifan mereka dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan komunitas, sikap pribadi yang menjadi awal dari sesuatu yang mereka lakukan dalam mendukung Manchester United, lama mereka bergabung didalam komunitas yang mendukung kegemaran mereka, dan dukungan positif yang datang dari keluarga yang mempengaruhi para *babes* untuk mendukung Manchester United dan juga berkomunitas di United Indonesia *chapter* Bandung

#### REFERENSI

##### Buku

- De Vito, J.A. (1995). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper Collins College Publisher.
- Duffett, Mark. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury Publishing USA.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakrya.

##### Skripsi dan Jurnal

- Cecamore, Sara. Fraesdorf, Kristina. Langer, Rochak dan Power, Aine. (2010). *Sports Fandom: 'What do Women Want?' A Multi-Sport Analysis of Female Fans*. Jurnal Internasional De Montfort University. Diakses pada [fanseurope.org](http://fanseurope.org).
- Chung, Emily. Beverland, Michael. Farrelly Francis. Quester, Pascale. (2008). "Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context", in NA – Advances in

- Consumer Research Volume 35, eds. Angela Y. Lee and Dilip Soman, Duluth, MN : Association for Consumer Research, Pages: 333-340.
- Fathansah, Bintang. (2013). *Peran Komunitas dalam Menumbuhkan Sikap Fanatisme (Studi Kasus dalam Komunitas Viking)*. Bandung: Telkom University.
- Giulianotti, Richard. (2011). *Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectators Identities in Football*. *Journal of Sport and Social Issues*, 26 (1), pp. 25-46. *Jurnal Internasional Loughborough University*. Diakses pada [Jss.sagepub.com](http://jss.sagepub.com)
- Jhalugilang, Paundra (2012). *Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Mewett, Peter dan Toffoletti, Kim. (2008). *The Strength of Strong Ties: How Women Become Supporters of Australian Rules Football*. School of History Heritage and Society. *Jurnal Internasional Deakin University*. Diakses pada <http://www.tasa.org.au>.