



FANATISME PENDUKUNG KLUB SEPAKBOLA MANCHESTER UNITED PADA KOMUNITAS UNITED SURABAYA

Fadhillah Akbar Zakaria, Yuli Candrasari

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Fanatisme merupakan saat dimana seseorang memiliki kecintaan yang besar terhadap hal yang disukainya. Salah satu luapan fanatisme yang umum terjadi adalah penggemar sepakbola. Dengan semakin maraknya sepakbola, semakin banyak pula para pendukung dari masing-masing kesebelasan yang menunjukkan kecintaannya terhadap klub idola mereka, salah satunya adalah Manchester United. Fanatisme yang dimiliki oleh para penggemar Manchester United membuat mereka rela meluangkan waktu untuk memberi dukungan secara terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fanatisme yang dimiliki oleh penggemar Manchester United, terutama yang tergabung dalam komunitas United Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori fanatisme dan pembentukan identitas diri serta menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan yang diambil merupakan anggota dari komunitas United Surabaya dan pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan juga observasi partisipan. Hasil dari penelitian yang didapat ialah para penggemar Manchester United yang tergabung didalam komunitas United Surabaya selalu menyempatkan diri menyaksikan pertandingan, memakai atribut klub dengan bangga, serta loyal terhadap klub apapun kondisinya.

Kata Kunci: Fanatisme, Supporter, Loyalitas.

PENDAHULUAN

Dengan maraknya dunia olahraga saat ini, semakin banyak pula individu maupun kelompok yang memberikan dukungan kepada tim kebanggaan mereka. Para penggemar

atau yang biasa disebut sebagai *supporter* ini merupakan sekumpulan orang yang menggemari sesuatu dengan sangat antusias, sehingga mereka senantiasa memberikan dukungannya atas dasar kecintaannya. Dengan antusiasme yang dimilikinya, para

*Correspondence Address : fadhillahakbar98@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v10i8.2023.6065-6075

© 2023UM-Tapsel Press

supporter seakan-akan memberikan seluruh jiwanya untuk memberikan dukungan mereka. *Supporter* pada dasarnya terbentuk dan bersatu atas dasar komunikasi yang intens didalamnya.

Komunikasi yang timbul diantara masing-masing individu pada dasarnya dikarenakan memiliki hobi dan kecintaan yang sama. Komunikasi dan masyarakat sendiri adalah sebuah hal yang tidak bisa dipisahkan, karena hal tersebut saling berkaitan. Oleh karenanya, tanpa komunikasi, masyarakat tidak akan bisa bersatu, begitu pula jika tanpa masyarakat, maka komunikasi tentunya tidak akan berjalan (Schraam dalam Cangara, 1998;5). Salah satu olahraga yang memiliki basis pendukung terbesar adalah sepakbola.

Banyaknya basis penggemar sepakbola disebabkan karena sepakbola merupakan olahraga yang paling digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Antusiasme serta dukungan yang mereka berikan sangatlah beragam, mulai dari datang langsung ke stadion, menyakikan yel-yel, menonton melalui televisi, hingga mengadakan kegiatan *nobar* (*nonton bareng*). Kegiatan yang mereka lakukan secara bersamaan pun tidak hanya untuk meningkatkan solidaritas diantara sesamanya, akan tetapi juga untuk membedakan kelompoknya terhadap kelompok lain. Giulianotti (2012:27-28) menjabarkan bahwa penggemar merupakan orang yang memberi dukungan dari jauh dan pada umumnya menggunakan media dalam menyaksikan serta mendukung klub kesayangannya bertanding karena keterbatasan geografis maupun ekonomi.

Dukungan yang diberikan oleh para *supporter* tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi. Pesan baik verbal maupun non-verbal yang disampaikan akan dilihat oleh khalayak dan akan menimbulkan sebuah persepsi.

Hal ini pun sejalan dengan Syadzwina (2014) yang menjabarkan bahwa komunikasi berguna sebagai transmisi pesan dan juga pertukaran makna. Komunikasi dan dukungan yang dimiliki para penggemar ini lah yang pada akhirnya menumbuhkan sikap fanatisme didalam diri mereka. Siahaan (2014) menjabarkan bahwa ketika seseorang menjadi *supporter* dari suatu klub, mereka seolah-olah akan menandatangani surat kontrak yang berisi segala emosi yang menyertainya adalah tanggung jawab mereka sendiri.

Salah satu klub sepakbola terbesar didunia adalah Manchester United. Manchester United berdiri sejak tahun 1878 dengan nama Newton Heath Lancashire and Yorkshire Railway, karena pendiri Manchester United pada awalnya adalah para pekerja pada perusahaan kereta api Lancashire and Yorkshire Railway. Namun, pada tahun 1902, Newton Heath Lancashire and Yorkshire Railway mengalami kebangkrutan, sehingga seorang pengusaha lokal bernama John Henry Davies membeli sahamnya, dan merubah nama menjadi Manchester United yang bertahan hingga saat ini.

Manchester United berkembang menjadi suatu klub raksasa Eropa, yang dimana perkembangan ini tidak hanya didapat melalui hak siar, melainkan juga terdapat unggahan-unggahan dari pengelola media sosial klub. Herdana (2021) menjabarkan bahwa Manchester United memiliki sangat banyak penggemar hingga memiliki jumlah penggemar lebih dari 130 juta diseluruh dunia. Perkembangan ini juga yang membuat terdapat banyaknya komunitas penggemar Manchester United tersebar diseluruh dunia, salah satunya yang terdapat di Indonesia yaitu United Surabaya.

United Surabaya merupakan basis penggemar Manchester United yang bermarkas di Jl. Flores no. 31 Surabaya, Jawa Timur. Komunitas ini

merupakan komunitas penggemar Manchester United terbesar di Kota Surabaya yang didirikan pada tahun 2016, dan per 20 Juni 2023 telah memiliki pengikut sebanyak 3669 pengikut di Instagram. Sedangkan pada laman Facebook, United Surabaya telah memiliki lebih dari 1800 *likes* dan pengikut. Didalam komunitas United Surabaya, tentunya para individu yang terdapat didalamnya akan mendapatkan pengalaman yang berdasarkan kecintaan yang sama.

Hal ini pula yang menumbuhkan rasa fanatisme mereka yang akhirnya menunjukkan loyalitas kepada Manchester United. Fanatisme dan loyalitas yang mereka tunjukkan contohnya ialah berupa sebuah nyanyian, yel-yel, maupun mengenakan atribut. Everett M. Roger dalam Cangara (2011) menjabarkan bahwa komunikasi yang disampaikan oleh penggemar merupakan proses perpindahan ide dari satu kelompok kepada kelompok lainnya. Hal ini sejalan pula dengan konsep lain dari komunikasi yaitu untuk mencari serta menetapkan satu sumber, yang pada akhirnya bisa merubah perilaku seseorang. Pesan yang diambil dan disebarluaskan inilah yang pada akhirnya menumbuhkan jiwa fanatisme didalam diri individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimanakah fanatisme yang dimiliki oleh penggemar Manchester United, khususnya komunitas United Surabaya, serta bagaimana cara pemberian dukungannya. Penelitian ini juga memiliki rumusan masalah yaitu bagaimanakah fanatisme serta dukungan yang diberikan oleh para penggemar.

Ideantitas Diri

Identitas diri merupakan suatu proses kelanjutan dari menjadi seorang yang tunggal dan juga pribadi yang sama, yang pada akhirnya dikenali oleh orang

lain (Erikson dalam Jhalugilang, 2012). Dalam pembentukannya, identitas dapat dikatakan sebagai proses pencarian kejelasan serta pengintegrasian diri menjadi manusia yang utuh. Oleh karenanya, identitas diri yang pada akhirnya menjadi pembeda antara individu dengan individu lainnya (Rianingsih, 2019).

Identitas diri dapat tercipta dari beberapa sumber yang meliputi teman, keluarga, media massa, hingga kebudayaannya. Identitas diri pun merupakan hal yang kompleks yang berlangsung selama kehidupan individu berjalan (Jhalugilang, 2012). Oleh karenanya, seseorang harus memiliki identitas untuk menunjukkan keunikan dirinya sendiri. Marcia dalam Bustomi (2016) membagi proses pembentukan identitas menjadi dua, yaitu eksplorasi dan komitmen.

1. Eksplorasi adalah suatu proses atau langkah yang berfokus pada mencari serta memahami masalah mulai dari agama, politik, hingga pekerjaan untuk mencapai pada keputusannya. Pada tahap ini individu akan menelusuri berbagai opsi pilihan yang pada akhirnya ia akan memilih salah satu yang menjadi perhatian besarnya. Individu dapat dikatakan tidak melakukan proses eksplorasi jika individu tersebut tidak merasa membutuhkan melakukan eksplorasi terhadap alternatif pilihan lain.
2. Komitmen adalah tahap dimana individu sudah menemukan hal yang menjadi pilihannya. Oleh karenanya, komitmen dapat dikatakan sebagai keputusan individu untuk menjalankan hasil keputusan yang telah dipilih. Seseorang dikatakan tidak

memiliki komitmen disaat tindakannya selalu berubah-ubah, ragu, dan juga menganggap bahwa komitmen bukanlah sesuatu yang penting.

Fanatisme

Fanatisme dapat diartikan sebagai pahan tentang keyakinan maupun kepercayaan, baik terhadap hal positif maupun negatif. Fanatisme dapat diartikan pula sebagai suatu pandangan atau keyakinan mengenai sesuatu yang positif atau negatif dan tidak memiliki sandaran teori secara mendalam sehingga sulit untuk diubah atau diluruskan (Mubarok, 2008). Fanatisme juga dapat dikatakan sebagai kemajemukan sosial, karena tercipta dari pertemuan dua kelompok sosial, sehingga menimbulkan *in group* dan *out group*. Oleh karenanya, fanatisme pun erat kaitannya dengan sebuah kelompok.

Salah satu kelompok dengan tingkat fanatisme tinggi yaitu kelompok penggemar sepakbola. Fanatisme yang dimiliki akan membuat para penggemar merasakan hal yang disukai dan tidak disukainya, terutama berkaitan dengan penggemar dari klub lain. Guttman (dalam Nathan, 1999) mengungkapkan bahwa di Sports Spectators, banyak orang sudah mengidentifikasi fanatisme diri mereka sendiri ke antar generasi sebagai pengetahuan tentang tradisi keluarga dan agama. Berdasarkan dengan apa yang terjadi, Foer (2006) mengungkapkan bahwa seseorang dengan kecenderungan tersebut tidak dapat melihat suatu masalah secara jernih.

Chung (2008) menjelaskan bahwa fanatisme merupakan suatu bentuk unik dari loyalitas yang membuat karakteristik pada level komitmen, antusias, emosional, dan juga cinta yang kuat. Fanatisme yang dimiliki oleh individu kerap kali ditimbulkan karena

individu ingin berada disuatu lingkungan pemenang.

Jacobson (2003) membagi faktor penyebab fanatisme menjadi dua, yaitu:

1. Level Interpersonal, yaitu seseorang akan mendukung suatu klub karena dipengaruhi oleh lingkungan terdekatnya. Lingkungan terdekat yang dimaksud ialah teman, keluarga, hingga letak geografis tempat tinggalnya. Pengaruh serta dukungan kolektif yang didapatkan akan mempengaruhi individu sehingga individu tersebut pada akhirnya menjadi bagian dari kelompok penggemar yang telah mengikat jiwa mereka.
2. Level Simbolik, yaitu dimana seseorang akan menggemari dan mendukung suatu klub atas dasar warna, logo, hingga yel-yel klub tersebut. Pemain idola yang mereka miliki juga menjadi alasan kuat mereka menggemari suatu klub, bahkan hingga menjadikannya sebagai *role model*.

Supporter

Supporter merupakan orang yang mendukung sesuatu yang dicintainya, baik hadir langsung maupun dari kejauhan. Sepakbola sangat erat kaitannya dengan *supporter*, dimana para *supporter* akan dengan senang hati memberikan dukungan dengan penuh jiwa mereka, dan tentunya berharap yang terbaik untuk kesayangannya. Perilaku dari para *supporter* ini yang pada akhirnya menumbuhkan fanatisme didalam diri mereka, karena selalu memberikan *passion* dalam setiap pertandingan klub kebanggaannya, yang dimana mereka meluangkan waktu, tenaga, hingga finansial untuk memberikan dukungannya. Hal inipun

sejalan dengan Hornby (1992) dimana supporter merupakan sekelompok orang yang memiliki tanggung jawab terhadap eksistensi serta prestasi dari klubnya.

Jones, 2008 dalam Wahyudi (2006) mengklasifikasikan supporter dalam 6 bagian, diantaranya adalah:

1. *The Daytripper*, yaitu suatu kelompok supporter yang tinggal jauh dari markas klub yang dicintainya. Akan tetapi, mereka akan tetap menyempatkan untuk hadir dalam memberi dukungan terhadap klub kesayangannya tersebut. Contoh dari *The Daytripper* ini adalah *supporter* Persija Jakarta yang tidak hanya ada di Jakarta, melainkan banyak daerah lain.
2. *The Armchair Fans*, yaitu golongan penggemar yang rata-rata menggemari klub luar negeri, sehingga tidak memungkinkan untuk datang langsung menonton. Karena hal itu, mereka membuat sebuah kegiatan *nobar* (*nonton bareng*) untuk memenuhi rasa fanatisme mereka.
3. *The Badwagon Bastard*, supporter ini dapat dikatakan sebagai penonton musiman, dimana mereka hanya menonton disaat ada event-event tertentu, seperti Piala Dunia, Piala Eropa, Liga Champion, dan sebagainya.
4. *The Traditional Fans*, yaitu sebuah golongan yang sangat tidak ingin terganggu waktunya, terutama ketika sedang menonton kesebelasan favoritnya berlaga.
5. *The Corporate Whore*, yaitu golongan kelas atas seperti pejabat negara yang

menyaksikan langsung pertandingan dari tribun VIP ataupun VVIP. Rata-rata diantara mereka, hanya menjadikan menonton pertandingan sebagai sarana rekreasi. Bahkan, tidak jarang diantaranya lebih banyak sibuk dengan telepon genggam masing-masing dibandingkan dengan menyaksikan pertandingannya.

6. *The Trainporter*, yaitu golongan fanatik yang akan datang secara rutin menyaksikan dan mendukung tim kebanggaannya bermain, tidak peduli baik itu laga *home* ataupun *away*. Golongan ini akan mendedikasikan hidup mereka untuk menyaksikan tim kebanggaannya berlaga. Bahkan, mereka rela melakukan apapun untuk memenuhi keinginan mereka tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Pemilihan kualitatif didasarkan agar peneliti dapat memperoleh gambaran terhadap sebuah fenomena yang mendukung topik yang diambil. Strauss&Corbin dalam Nugrahani (2014) menjabarkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan data yang umumnya dihasilkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, oleh karena itu data dalam kualitatif tidak dihasilkan melalui cara berhitung. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berupa ucapan, tulisan, serta perilaku dari orang atau kelompok yang diamati.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan

fenomenologi. Fenomenologi sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu *Phainomenon* yang memiliki arti menampak. Hal ini dikarenakan dalam fenomenologi, individu dapat mempelajari bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang bersangkutan secara langsung (Kuswarno, 2009:10). Lebih lanjut, Kuswarno menyebutkan jika studi fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia luar dari sudut pandang langsung mereka yang mengalaminya. Oleh karenanya, fenomenologi menjabarkan hasil pengalaman dari orang yang mengalaminya langsung.

Subjek dalam penelitian ini ialah penggemar Manchester United yang berasal dari Kota Surabaya yang tergabung didalam komunitas United Surabaya, dengan ketentuan usia 18-30 tahun. Objek dalam penelitian ini merupakan pengalaman langsung dari informan terkait alasan menggemari Manchester United, dan fanatisme yang diberikan dalam memberikan dukungan mereka. Informan akan dicari dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah pengambilan sampel dimana pada awalnya hanya sedikit, namun data bisa dicari lebih banyak ketika dirasa membutuhkan lebih banyak data (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan data akan dilakukan dengan cara wawancara mendalam serta observasi partisipan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil terkait penelitian fanatisme penggemar Manchester United dalam komunitas United Surabaya, didapatkan alasan dari penggemar untuk masuk kedalam komunitas United Surabaya, yaitu:

1. Menjalin Relasi

Sebagai komunitas penggemar Manchester United terbesar di Surabaya, United Surabaya juga memiliki fungsi sebagai wadah yang menampung para penggemar untuk mengekspresikan

dukungan mereka untuk klub. Relasi yang dibangun tidak hanya membuat penggemar mendapatkan teman baru, melainkan lebih jauh mendapatkan keluarga baru. Relasi didapatkan melalui dukungan yang diberikan terus menerus secara bersamaan dan juga euphoria saat kegiatan diadakan. Pengekspresian secara bersama tersebut tidak hanya saat menyaksikan Manchester United, tetapi juga saat momen lain seperti pembagian doorprize.

2. Memiliki Kesamaan Hobi

Secara umum, salah satu alasan kuat bagi individu untuk bergabung dengan kelompok tertentu ialah karna memiliki kesamaan hobi dan tujuan dari kegiatannya. Kegiatan yang dilakukan oleh United Surabaya diantaranya adalah mengadakan *nobar*, *fun* futsal, sepakbola, serta kegiatan penggalangan dana untuk korban bencana alam. Kegiatan ini tentunya sejalan dengan hobi dan kecintaan dari para penggemar. Informan pun mengungkapkan bahwa dengan beragamnya kegiatan yang dimiliki, membuat kegiatan menjadi tidak monoton dan menarik minat. Informan juga menunjukkan kesamaan diantara para penggemar ialah saat memprovokasi atau saling mengolok dengan penggemar dari tim lain, yang dianggap sudah menjadi kebiasaan dari basis antar supporter.

3. Keinginan Berperan didalam Komunitas

Didalam suatu komunitas penggemar suatu kesebelasan sepakbola, tentunya tujuan awal dari para penggemar untuk bergabung ialah untuk bersama-sama mendukung klub kebanggaannya. Akan tetapi, tidak sedikit individu yang awalnya hanya mengikuti kegiatan menjadi tertarik untuk bergabung menjadi keanggotaan komunitas. Peran yang diemban didalam komunitas United Surabaya pada dasarnya adalah menjadi anggota tetap

yang membantu menyusun program kegiatan, maupun menjadi pengurus komunitas. Pengurus komunitas didalam United Surabaya beberapa diantaranya adalah pembina, ketua umum, hingga kepada divisi nobar, dan penggerak komunitas. Pada dasarnya, tugas yang dilakukan oleh anggota tetap dan juga pengurus dari United Surabaya adalah mengkoordinir setiap acara dan kegiatan yang dilakukan sedemikian rupa. Mereka pun juga membuat jadwal serta rangkaian acara yang akan dilakukan oleh United Surabaya kedepannya.

Lebih lanjut, didapatkan pula hasil bahwa para penggemar selalu menyempatkan waktu untuk mendukung Manchester United, baik mengikuti acara nobar maupun menyaksikan dirumah masing-masing. Sikap fantik yang dimiliki para penggemar dalam komunitas United Surabaya diantara lain adalah memiliki loyalitas yang tinggi, selalu dengan bangga menggunakan atribut Manchester United saat sedang berpergian, meskipun disaat itu klub sedang tidak berlaga, dan juga menyanyikan chants klub saat sedang berlaga.

1. Loyalitas Penggemar

Loyalitas sendiri dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan didalam diri individu terhadap hal yang disukainya. Dalam kaitannya dengan penggemar sepakbola, loyalitas diartikan sebagai sikap setia dan bangga terhadap klub yang dicintainya, mereka tidak akan berhenti memberikan dukungannya apapun situasi dan kondisi yang dialami. Loyalitas yang dimiliki serta dipahami oleh masing-masing supporter akan mempengaruhi alam bawah sadar mereka dan secara kolektif menyebar pada lingkungannya yang juga dapat berpengaruh terhadap emosional *supporter* tim lawan (Haryadi, 2019).

Dalam hal ini, para informan menuturkan bahwa mereka akan senantiasa memberikan dukungan

mereka apapun kondisi yang terjadi. Tidak peduli keadaan tim sedang terpuruk atau diatas angin, mereka akan setia memberikan dukungannya. Para informan menganggap bahwa meraih gelar juara dan trofi bagi klub memang sangat penting, namun hal itu bukanlah hal utama yang melandasi mereka tetap mendukung Manchester United.

Meskipun memegang teguh loyalitas terhadap Manchester United, para informan pada awalnya kerap menggemari klub lain. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, mereka hanya menunjukkan kesetiannya kepada Manchester United. Hal ini sejalan dengan pembentukan identitas diri menurut James Marcia, dimana individu akan melalui dua tahap, yaitu level eksplorasi dan level komitmen. Pada level eksplorasi, individu akan mencari beberapa opsi untuk dipilihnya. Lalu, pada tahap komitmen, individu yang sudah menentukan pilihannya akan memegang teguh keyakinan tersebut dalam dirinya.

2. Menggunakan Atribut

Sebagai penggemar dari Manchester United, sudah sangat wajar jika para penggemar menggunakan atribut yang berkaitan dengan klub. Selain sebagai media untuk menunjukkan fanatisme mereka, hal ini pun dilakukan sebagai media untuk menunjukkan identitas diri mereka sebagai penggemar, terlebih lagi untuk menunjukkan perbedaan dengan penggemar lainnya. Anggota dari komunitas United Surabaya pun memiliki kebanggaannya tersendiri dalam mengenakan atribut Manchester United, salah satunya adalah *jersey*.

Para informan mengungkapkan bahwa dengan menggunakan *jersey* Manchester United saat berpergian, mereka akan merasakan kebanggaan tersendiri didalam dirinya. Mereka telah sejak lama mengumpulkan *jersey* Manchester United, tidak peduli seberapa banyak uang yang harus

dikeluarkan. Hal ini pun sejalan dengan pendapat Foer (2006) yang menjabarkan bahwa seseorang dengan kecenderungan fanatisme terhadap suatu hal tidak dapat melihat suatu masalah secara jernih.

Atribut lain yang digunakan oleh para anggota United Surabaya adalah *banner*. Pada umumnya, penggunaan *banner* dilakukan saat sedang melakukan acara nobar. Melalui tulisan yang disematkan didalam *banner*, para penggemar secara tidak langsung mengungkapkan bahwa cinta yang mereka miliki terhadap Manchester United tidak mengenal batasan dan juga tidak akan berhenti apapun keadaannya.

3. Menyanyikan *Chants* Klub

Didalam komunitas United Surabaya, para penggemar akan menyanyikan *chants* dari Manchester United untuk memberikan dukungan mereka disaat sedang melakukan kegiatan nobar. Nyanyian *chants* dilakukan sebagai bentuk fanatisme mereka dalam memberikan dukungan, serta sebagai alat pembakar semangat para penggemar yang hadir, baik disaat itu Manchester United dalam kondisi menang atau kalah.

Selain sebagai luapan fanatisme mereka, *chants* yang dinyanyikan pun dapat menjadi media hiburan bagi semua orang. Adapun *chants* yang kerap dinyanyikan diantaranya berjudul "*Glory-Glory Man United*", "*We are the Busby Boys*", "*We'll Never Die*", dan "*Manchester is Wonderful*".

Didalam komunitas United Surabaya, memungkinkan para anggotanya untuk saling berbaur dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan. Relasi yang didapatkan dapat melalui *sharing* antar sesama penggemar dan juga keseruan dari berbagai rangkaian acara yang dijalankan. Relasi yang didapatkan tidak semata-mata terjadi, melainkan terbentuk karna adanya suatu wadah perkumpulan yang menyalurkan hobi

mereka. Kesamaan yang dimiliki pun tidak semata-mata karena mendukung tim yang sama, melainkan juga saat memberikan olokan terhadap penggemar klub lain.

Kebersamaan yang dimiliki pun tidak jarang membuat individu ingin berperan lebih didalam komunitas dengan menjadi anggota kepengurusan tetap. Beberapa informan pun mengungkapkan bahwa keinginan tersebut tumbuh melalui kekeluargaan yang didapat serta keinginan mereka untuk belajar mengenai kepemimpinan serta mengelola organisasi. Melati (2023) menjabarkan bahwa solidaritas berkaitan dengan harga diri seseorang dan juga kelompoknya, dimana semakin besar kesatuan didalam kelompok tersebut, maka tingkat solidaritas yang dihasilkan akan semakin besar pula.

Selain kegiatan *nobar*, United Surabaya turut mengadakan kegiatan futsal, sepakbola, dan juga penggalangan dana. Kegiatan futsal dan sepakbola pada umumnya dilaksanakan disaat jeda kompetisi, sehingga kegiatan ini dilakukan untuk mengisi kekosongan jadwal dan juga mempererat tali silaturahmi. Lebih lanjut, kegiatan penggalangan dana yang dilakukan bertujuan untuk membantu sesama yang terkena dampak dari bencana alam. Penggalangan dilakukan dengan berkeliling untuk meminta sumbangan kepada masyarakat, yang dimana setelah terkumpul, hasil penggalangan langsung diserahkan kepada pihak terkait. Penggalangan pun dilakukan tetap dengan mengenakan atribut berbau Manchester United dan United Surabaya untuk memperlihatkan jati diri dan identitas kelompok.

Identitas diri merupakan cerminan diri seseorang yang berasal dari keluarga, gender, budaya, etnis, serta proses sosialisasinya (Stella Ting Toomey dalam Silalahi, 2023). Oleh karenanya, identitas diri menjadi pembeda antara satu individu dengan

individu lainnya. Hal yang dilakukan dalam komunitas United Surabaya pun masuk kedalam kategori *the armchair fans* menurut Jones (2008). Hal ini dikarenakan mereka adalah pendukung Manchester United yang berada diluar negeri, sehingga mereka memberikan dukungan dari jauh, salah satunya dengan kegiatan nobar.

Goddard (2001) turut membagi fanatisme kedalam beberapa aspek, yaitu besarnya cinta dan minat pada suatu kegiatan, sikap individu dan kelompok, lamanya menekuni kegiatan, dan dukungan dari keluarga. Terlihat jelas bahwa anggota dari United Surabaya memiliki kecintaan dan minat yang sangat besar terhadap klub Manchester United. Mereka akan melakukan apa saja termasuk selalu meluangkan waktu untuk menyaksikan Manchester United berlagu. Saat kegiatan nobar dilakukan, para pendukung akan datang dengan mengenakan atribut Manchester United serta menyanyikan chants klub saat sedang berlagu.

Dari hasil penelitian yang didapatkan, dapat dilihat bahwa para informan mulai menggemari Manchester United dalam waktu yang lama, yaitu dibawah tahun 2010. Lamanya waktu dukungan yang sudah mereka miliki pun erat kaitannya dengan loyalitas yang dimiliki penggemar. Loyalitas sendiri dapat diartikan sebagai kesetiaan didalam diri individu serta keyakinan teguh tentang apa yang dipercayainya. Loyalitas dapat menjadi tolak ukur terkait seberapa besar kecintaan penggemar terhadap klub kesayangan mereka.

Alasan loyalitas yang dimiliki penggemar Manchester United adalah karena mereka sudah sangat mencintai Manchester United dan mendukungnya sejak lama. Dengan waktu yang cukup lama tersebut, para penggemar tentunya sudah merasakan banyak manisnya kemenangan dan pahitnya kekalahan. Informan pun menyebutkan, bahwa

prestasi dari klub kebanggaan mereka memang penting, namun hal tersebut tidak menjadi tolak ukur dalam memberikan dukungan mereka

SIMPULAN

Fanatisme yang dimilikinya antara lain adalah dengan selalu meluangkan waktu untuk mendukung Manchester United, mengoleksi jersey Manchester United, serta mengikuti aktivitas klub pada media sosial. Adapun alasan terkait bergabungnya penggemar kedalam komunitas United Surabaya adalah untuk mendapatkan relasi baru, mempunyai kesamaan hobi, serta keinginan untuk berperan lebih didalam komunitas.

United Surabaya sebagai sebuah komunitas penggemar Manchester United tentunya memiliki berbagai kegiatan, diantaranya adalah *nobar*, futsal dan *fun football*, serta kegiatan sosial penggalangan dana untuk korban bencana. Kegiatan nobar yang dilakukan sebagai sebuah media atau wadah memberikan dukungan langsung kepada Manchester United saat sedang berlagu, dengan mengenakan atribut berbau Manchester United serta menyanyikan yel-yel dan chants. Kegiatan futsal dan *fun football* yang dilakukan bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi, serta mengisi jadwal kosong saat Manchester United sedang tidak berlagu. Adapun kegiatan sosial penggalangan dana dilakukan sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama yang sedang mengalami musibah.

Para penggemar Manchester United yang tergabung dalam komunitas United Surabaya memiliki loyalitas yang tinggi dalam memberikan dukungan mereka. Tidak peduli menang maupun kalah, dukungan yang diberikan tidak akan terhenti. Informan menganggap bahwa prestasi memang hal yang penting dalam sebuah klub, akan tetapi hal itu tidak menjadi tolak ukur dalam memberikan dukungan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustomi, A. A. (2016). TEORI IDENTITAS DIRI JAMES MARCIA (1966,1980). <https://abiabdubustomi27.wordpress.com/2016/07/03/teori-identitas-dirijames-marcia-19661980/>, diakses pada 10 Maret 2023.
- Cangara, Hafied .1998. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 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.
- Foer, F. (2006). How Soccer Explains The World: The Unlikely Theory of Globalization. New York: Harper Collins Publisher
- 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*
- Goddard, H. (2001). Civil Religion. New York: Cambridge University Press
- Haryadi. R. D. (2017). Analisis Sosiologis Bentuk-Bentuk Loyalitas Suporter Sepakbola Persija Jakarta The Jakmania. (Skripsi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49317/1/RIFNU%20DIAN%20HARYADI.FISIP.pdf>
- Herdana, M. Y. (2021). 6 Klub Sepak Bola dengan Penggemar Terbanyak di Dunia, Semuanya Juara Liga Champions. Sportstar.id. <https://www.sportstars.id/read/6-klub-sepak-bola-dengan-penggemarterbanyak-di-dunia-semuanya-juara-liga-champions-eH0f06>.
- Hornby, N. (1992). Fever Pitch: A Fan's Life. London: Gollancz.
- Jacobson, Beth. 2003. The social Phsycology of the Creation of a Sport Fans Identity: A Theoretical Review of the Literature. *Athletic Insight*.
- Jhalugilang, Paundra (2012). Makna Identitas Fans Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia). Jakarta: Universitas Indonesia
- Kuswarno, E. (2009). Metodologi penelitian komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, pedoman, dan contoh Penelitiannya (Methodology Research of Communication, Phenomenology : Concept, Guidlines, and Sample Research), Bandung : Widya Padjajaran
- Melati. S. (2023). Arti Solidaritas. Ciri Ciri, Jenis Hingga Contohnya. Linovhr.com. <https://www.linovhr.com/solidaritas/>
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo: Cakra Books, 1(1), 3-4
- Rianingsih, C. dkk. (2019). FANATISME FANS PEREMPUAN DALAM MENDUKUNG KLUB SEPAKBOLA MANCHESTER UNITED (STUDI KASUS PADA UNITED BABES OF BANDUNG). *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8, No. 1, Januari – Juni 2019*, 190.
- Siahaan, P. (2014). The Big Pang Theory Talking Mad About Football. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Silalahi, D. D. N. (2023). Mengenal Identitas Nasional Demi Masa Depan Bangsa. [4074](https://binus.ac.id/character-building/2023/02/mengenal-identitasnasional-demi-masa-depan-bangsa/#:~:text=Menurut%20Stella%20Ting%20Toomey%2C%20identita s,yang%20melekat%20dalam%20diri%20sesorang, diakses pada 8 Maret 2023.</p><p>Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (19th ed.). Bandung: ALFABETA, CV.</p><p>Syadzwinia, A. W. W. dkk. (2014). FENOMENOLOGI PERILAKU KOMUNIKASI SUPORTER FANATIK SEPAKBOLA DALAM MEMBERIKAN 85 DUKUNGAN PADA PSM MAKASSAR. <i>Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 3, No.1 Januari –Maret 2014</i>, 2-6.</p><p>Wahyudi, A. (2006). Karakteristik Suporter Persid (Penelitian Pada Perilaku Suporter Sepak Bola Persatuan Sepak Bola Indonesia Djember). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.sosial-dan-hegemoni-barat-tantangan-bagi-ilmuan-sosial-muslim/ tanggal 09 Juli 2017</p></div><div data-bbox=)

Fadhillah Akbar Zakaria, Yuli Candrasari

Fanatisme Pendukung Klub Sepakbola Manchester United Pada Komunitas United.....(Hal 4065-4075)

Levy, M. (2000). Environmental scarcity and violent conflict: a debate. Diunduh di <http://wwics.si.edu/organiza/affil/WWICS/PROGRAMS/DIS/ECS/report2/debate.htm> tanggal 4 Juli.