

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan

Jurnal berjudul *Fanaticism and Sacred Values* menyebutkan bahwa fanatisme adalah suatu kepercayaan atau keyakinan yang terlalu kuat yang berkaitan dengan doktrin politik, agama, dan lain-lain. Kata fanatisme berarti sikap, tingkah laku, atau pemahaman terhadap sesuatu. Istilah fanatik didefinisikan sebagai agresif dan visi yang kuat mengenai berbagai hal (Hughes & Johnson, 2004, p. 1). Menurut Robles, fanatisme adalah sikap yang cenderung irasional atau seseorang yang keyakinannya terlalu kuat dan tidak menggunakan rasionalitas sehingga tidak menerima pemahaman lain. Fanatisme juga dapat dijelaskan sebagai sikap yang menolak perbedaan (Robles, 2013, p. 4).

Fanatisme didefinisikan sebagai sebuah bentuk loyalitas yang unik, yang ditandai dengan komitmen yang kuat, ekstrim, loyal, memiliki keterikatan emosional, antusias, pada suatu objek (Chung, 2008, p. 333). Selain itu, Robles mengatakan dalam bukunya (Robles, 2013, p. 3) bahwa antusiasme yang berlebihan terhadap sesuatu, dengan cara yang keras kepala atau cara kekerasan dapat digolongkan sebagai sikap fanatisme. Jenis-jenis kefanatikan yang kita lihat di sekitar kita meliputi kefanatikan terhadap orang, agama, dan ideologi, dan kefanatikan adalah fenomena yang ada di berbagai belahan dunia. Meskipun fanatisme paling sering dikaitkan dengan agama dan politik,

namun juga dapat ditemukan di hampir semua aktivitas, termasuk aktivitas rekreasi seperti sepak bola. Menurut Robles, fanatisme dapat diartikan sebagai perasaan seseorang atau kelompok yang bersikeras pada pemahaman pada tingkat di luar batas yang wajar, mulai dari politik, agama hingga budaya (Robles, 2013, p. 4).

Perkinson percaya bahwa penggemar adalah individu atau sebuah kelompok dengan keyakinan atau ideologi yang mereka anggap sebagai hal yang paling tepat. Pada saat yang sama, penggemar menghindari pemikiran kritis dan tidak melihat argumen, fakta, atau konsekuensi yang menyangkal ideologi mereka (Marimaa, 2012, p. 36). Seorang yang fanatik adalah orang yang tidak dapat mengubah pemikiran atau pendapatnya tentang objek yang mereka sukai. Stereotip fanatik terkadang disematkan kepada orang-orang yang intoleran dan mempertahankan identitas atau wilayahnya dengan cara yang tidak wajar (Alberto, 2010, p. 3).

Duffet mendeskripsikan penggemar sebagai seseorang yang memiliki hubungan yang relatif dalam dan emosional dengan seseorang atau sesuatu, yang diwujudkan dalam perilaku tertentu, seperti mempelajari dan mempraktekkan amalan idolanya. Contoh fanatisme sepak bola adalah sekelompok penggemar klub sepak bola, atau sering disebut dengan *football hooligans* (Fuschillo, 2020, p. 35). Dalam sepakbola, istilah *football hooligans* merujuk pada sebuah istilah yang ditujukan kepada mereka yang mencintai suatu klub dalam kadar fanatisme yang tinggi. Mereka mengungkapkan kecintaannya melalui berbagai bentuk.

Dalam bukunya "*How Soccer Explains The World*", Franklin Foer percaya bahwa penggemar dapat mengidentifikasi klub favorit mereka dengan banyak cara

(Foer, 2004, p. 1). Tidak semua penggemar dapat dikatakan *football hooligans*. *Football hooligans* merujuk pada seorang penggemar yang rela menghabiskan waktu dan pikirannya untuk klub yang dicintainya, seperti selalu menonton pertandingan klubnya. Seseorang menjadi penggemar suatu klub sepak bola karena klub tersebut mewakili tempat kelahiran, keyakinan agama, pandangan akan dunia, dan ras mereka (Foer, 2004, p. 6).

Fenomena fanatisme dalam sepak bola dapat dilihat dari perilaku para penggemar kepada klub yang mereka idolai. Sebuah cerita fanatisme yang sering diperbincangkan di dunia sepak bola adalah bagaimana klub asal Spanyol, Athletic Bilbao, yang hingga kini tetap memegang teguh tradisi dalam menjalankan klubnya. Jajaran direksi, masyarakat kota Basque, tempat klub Athletic Bilbao berasal, meyakini bahwa klub ini merupakan sebuah kebanggaan dari kota Basque. Athletic Bilbao merupakan representasi dari masyarakat kota, sehingga, setiap pengurus dan pemain Athletic Bilbao haruslah orang yang memiliki darah dan berasal dari etnis kota Basque. Hal itu menggambarkan betapa tradisi dari sebuah kota direpresentasikan oleh klub sepak bola tersebut (Foer, 2004, p. 6).

Hal serupa juga dapat ditemui di Italia, tepatnya di kota Roma. Ibu kota Italia ini memiliki dua klub sepakbola, yang mewakili latar belakang dan kelas yang berbeda. Dua klub asal ibu kota Italia ini merupakan salah dua klub tersukses di Italia. Meski sama sama berasal dari kota Roma, keduanya mewakili kelas yang berbeda. Perbedaan antara keduanya mencakup ranah kelas dan politik, di mana Lazio mewakili

kepentingan kelompok pemilik modal, sedangkan AS. Roma merupakan representasi kelas pekerja (Foer, 2004, p. 9).

Tak hanya di Spanyol dan Italia, fanatisme seseorang terhadap suatu klub sepakbola juga ditemui di dataran tempat lahirnya olahraga sepakbola, yakni di Inggris Raya. Dalam bukunya, Franklin Foer juga menceritakan tentang seorang penggemar Glasgow Rangers yang merupakan penggemar setia klub kesayangannya. Penggemar Glasgow Rangers Danny mengatakan bahwa dia lebih memilih Rangers daripada pekerjaannya, dan ketika dia harus memilih, dia juga lebih memilih Rangers dibanding istrinya. Dalam praktiknya, kecintaan terhadap sebuah tim sepak bola ditandai dengan bagaimana klub tersebut dapat menyita sebagian, bahkan seluruh waktu mereka. (Foer, 2004, p. 42).

Bagi para penggemar, sepak bola lebih dari sekadar hiburan akhir pekan. Selain itu, klub sepak bola favorit mereka adalah kebanggaan, yang mewakili ideologi, kepentingan, agama, ras, golongan atau etnis dan hal-hal lain. Jadi kita dapat mengatakan bahwa fans menyukai klub karena klub mewakili identitas mereka, baik itu tempat kelahiran, ideologi, atau kelas sosial mereka. Namun, hal tersebut bergeser pada sekitar tahun 2000-an ketika muncul penggemar fanatik dari sebuah klub di mana saja di dunia, bahkan jika klub tersebut tidak ada hubungannya dengan mereka.

Fans pada awalnya merupakan objek yang pasif, karena fans hanya bisa mendapatkan apa yang diberikan idola melalui media. Dengan perkembangan internet dan media, penggemar dapat dengan mudah berinteraksi dan memberikan umpan balik dengan idola mereka. Hal ini sejalan dengan istilah "budaya partisipasi" Jenkins.

Menurut Jenkins (Jenkins, 2006), ketika penggemar dapat menyimpan, menambah, dan bahkan memutar konten multimedia dengan cara baru, budaya partisipasi akan muncul. Fans dapat mengekspresikan cinta mereka untuk idola dengan cara yang berbeda yang dapat menyebabkan fanatisme.

Perilaku fanatik biasanya berkaitan dengan budaya populer, karena penggemar adalah konsumen budaya pop. Dengan perkembangan media, sepak bola terus menyebar dan menjadi latar sosial, dan sepak bola telah menjadi budaya populer yang memiliki ikatan emosional dengan penggemar. Sepak bola dan media massa sebagai industri telah mengaburkan batas antara sosial budaya. Olahraga yang melibatkan 22 orang tersebut kini ditasbihkan menjadi olahraga paling digandrungi di dunia. Sebab itu, wajar jika negara-negara di seluruh dunia menayangkan program sepakbola di beberapa saluran TV. Selama Piala Dunia, sepak bola menjadi fokus orang di seluruh dunia.

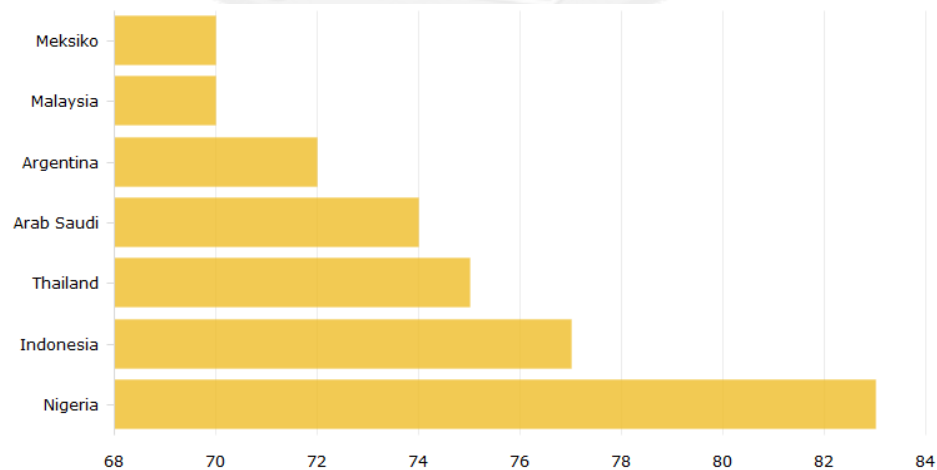
Saat ini, sepak bola tidak hanya berkembang di benua Eropa. Pada saat yang sama, Asia juga telah berkembang menjadi industri sepak bola yang matang yang dapat mengikuti langkah Eropa. Asia tak hanya menjadi pemasok pemain bertalenta untuk tim-tim Eropa, namun juga menjadi sasaran klub-klub Eropa dalam sektor komersial klub. Menurut Pandit Football Indonesia, pemasaran olahraga menghasilkan uang dengan sangat cepat, itulah sebabnya merek-merek Asia sekarang lebih cenderung muncul di kaus, papan iklan stadion, atau kolom sponsor di situs web Eropa masyarakat. Ya, dana kini merambah dari Asia hingga Eropa, baik dari *sponsorship* maupun dari penjualan item atau aksesoris klub. (Pandit Football Indonesia, 2014).

Untuk tim sepak bola Eropa, Asia adalah pasar yang bagus, karena sebagian besar negara Asia terpesona oleh sepak bola. Di Asia, Indonesia adalah salah satu negara yang paling tertarik dengan sepak bola. Menurut data Worldometer, ada sekitar kurang lebih 272 juta orang yang tinggal di Indonesia. Dari data tersebut, ditemukan bahwa negara kepulauan terbesar di dunia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, di bawah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat (Worldometers, 2020).

Sepak bola juga merupakan olahraga paling populer di Indonesia. Sepak bola adalah olahraga pertama yang disukai setiap orang. Bukan sebuah hiperbola jika dikatakan bahwa negara Indonesia adalah negara yang masyarakatnya “gila bola”. Sepak bola adalah pekerjaan, hobi, dan bahkan kepribadian seseorang, karena klub yang dia sukai mewakili minatnya, kelasnya, dan tempat kelahirannya. Menurut statistik, Indonesia adalah salah satu negara paling populer bagi penggemar sepak bola. Dalam jajak pendapat yang dilakukan oleh Nielsen Sports, Indonesia adalah negara pecinta sepak bola terpopuler kedua. 77% penduduk Indonesia menyukai sepak bola.

Gambar 1.1 Survei Negara Teratas Penggila Sepakbola

Sumber: (Nielsen Sports, 2016).



Kecintaan dan antusiasme penggemar terhadap klub sepak bola juga tercermin dalam terbentuknya komunitas klub atau basis penggemar di seluruh dunia. Sebagai contoh, di Indonesia, klub-klub Eropa terbaik di Indonesia saat ini memiliki banyak fanbase penggemar. Di Indonesia kini dapat ditemukan fanbase penggemar untuk klub-klub Eropa seperti Barcelona, Juventus, Real Madrid, Manchester United dan Liverpool.

Para penggemar klub-klub ini mengidentifikasi diri dengan klub yang mereka banggakan, dan merasa terhubung serta merasa bahwa mereka adalah bagian dari klub favorit mereka, meskipun tak memiliki keterikatan apapun. Pada 2018, suporter Liverpool dan Manchester United bentrok saat nonton bareng di kawasan Tangerang. Menurut informasi polisi dari detik.com, penggemar Manchester United dan Liverpool bentrok selama nonton bareng, yang mengakibatkan 6 orang luka-luka (Wahid, 2018). Dikutip dari kompas.com, dalam kericuhan itu, para suporter yang terlibat bentrok juga mengamuk dan merusak fasilitas umum (Damanik, 2018).

Dalam studi ini, peneliti akan mengamati manifestasi penggemar klub sepak bola Eropa di Indonesia dengan meneliti anggota basis penaggemar klub Eropa di Indonesia yaitu Bigreds Indonesia. Peneliti memilih fanbase klub Liverpool di Indonesia dalam penelitian ini karena ada beberapa kriteria dan poin menarik dari Liverpool, yang tidak dimiliki oleh klub lain. Liverpool adalah satu klub Eropa yang memiliki banyak fans di Indonesia adalah klub asal Inggris. Saat ini, tidak bisa disangkal bahwa tim seperti Liverpool dan Manchester United merupakan klub sepak bola yang mendominasi akhir

abad ke-20 dan telah berhasil menikmati kesuksesan yang cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Namun di antara keduanya, Liverpool merupakan tim yang lebih sukses.

Tim yang dijuluki The Reds ini merupakan tim paling sukses di Inggris dan salah satu tim dengan torehan trofi terbanyak di dunia. Dengan total 45 trofi, Liverpool masih jadi tim dengan raihan trofi terbanyak di antara tim Inggris lainnya. Tak hanya di level domestik, The Reds merupakan tim tersukses Inggris di ajang Eropa. Mereka telah memenangkan 19 gelar Liga Premier Inggris, 6 kali menjuarai Liga Champions, serta trofi-trofi domestik maupun internasional lainnya. Enam gelar tersebut dipersembahkan pemain-pemain legendaris di dunia sepak bola, seperti Kenny Dalglish, Ian Rush, Steven Gerrard, sampai terbaru Mohamed Salah. Selain torehan trofinya, Liverpool juga merupakan tim sepakbola dengan sejarah-sejarah yang selalu diingat oleh pecinta sepakbola. Sejarah kelam terjadinya tragedi Heysel dan Hillsborough tentu tak akan dilupakan oleh fans sepakbola Inggris.

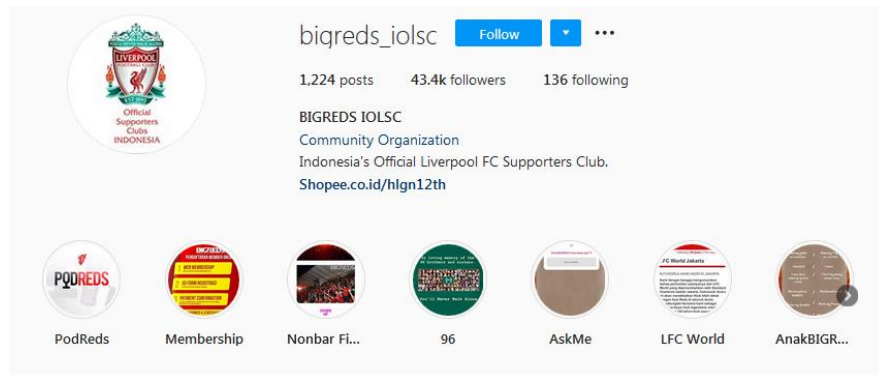
Klub yang terletak di kota kelahiran band legendaris The Beatles ini memiliki banyak penggemar, bahkan penggemar Liverpool dapat ditemukan di berbagai belahan dunia manapun, termasuk Indonesia, di mana terdapat komunitas bernama Bigreds Indonesia. Alasan peneliti memilih Bigreds Indonesia dibanding *fanbase* klub Eropa lain adalah karena Bigreds Indonesia dapat dikatakan sebagai salah satu *fanbase* tertua yang ada di Indonesia. Dalam sebuah *podcast* dari Podme.id yang bertajuk The Community, Aditya Mahendra, yang menjabat sebagai VP Commercial & Communication Bigreds, menjelaskan bahwa Bigreds Indonesia terbentuk sejak tahun

1999, dan dapat dikatakan merupakan pelopor komunitas fans klub sepakbola Eropa di Indonesia.

Konten dalam *podcast* tersebut juga menceritakan bagaimana Bigreds Indonesia bergerak tak hanya dalam bidang olahraga dan hiburan, namun juga kerap melakukan kegiatan sosial dalam bentuk *One Goal One Thousand*. Kegiatan ini merupakan bentuk bakti sosial Bigreds Indonesia, dengan cara menyisihkan uang setiap 1 gol yang dicetak oleh Liverpool, untuk kemudian hasil dari sumbangan kolektif tersebut didistribusikan kepada yang membutuhkan. Organisasi yang telah berdiri selama 21 tahun ini secara rutin mengadakan berbagai kegiatan-kegiatan, yang dapat mempererat interaksi antar anggotanya, dengan mengadakan kumpul dan nonton bareng, olahraga bersama, hingga kegiatan sosial. Anggota Bigreds Indonesia juga saling interaksi antar fans melalui media sosial Bigreds Indonesia di Instagram, Twitter, Facebook, dan juga melalui *podcast*.

Bigreds Indonesia merupakan fan club yang secara sah diakui oleh Liverpool dan kini memiliki basis penggemar regional di kurang lebih 48 kota di Indonesia, mulai dari Lokseumawa paling barat hingga pulau paling timur seperti Lombok dan Jakarta, Palembang, Bandung, Makassar, Surabaya dan beberapa kota besar lainnya.

Gambar 1.2 Akun Instagram Bigreds Indonesia



Sumber: Instagram.com

Gambar 1.3 Akun Twitter Bigreds Indonesia



Sumber: twitter.com

Berdasarkan penjelasan atau fenomena yang telah coba dijabarkan, dari perspektif olahraga, fanatisme melekat di hati para penggemar fanatik klub. Penting untuk mempelajari fanatisme penggemar klub sepak bola, karena seperti yang disebutkan di atas, fanatisme seseorang terhadap klub favoritnya seringkali melebihi batas yang wajar, yang dapat menyebabkan konflik sosial. Subyek penelitian ini menarik karena fanatisme akan sepak bola dapat melintasi batas negara. Sama halnya dengan fanatisme para *hooligan* sepakbola di atas, menarik untuk ditelaah apa

manifestasi fanatisme dari suporter klub Eropa di Indonesia. Seperti yang dikatakan Franklin Foer, sebuah klub mewakili sesuatu yang ada pada diri penggemarnya. Namun dapat ditemukan adanya fans fanatik suatu klub, yang tidak memiliki afiliasi dengan klub tersebut. Penelitian ini akan mengungkap manifestasi dari fanatisme yang ditunjukkan oleh penggemar Liverpool di Indonesia, dengan menggunakan teori interaksi simbolik dan metode fenomenologi.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan fokus untuk mengetahui manifestasi fanatisme para penggemar Liverpool yang ada di Indonesia. Menurut Foer (Foer, 2004), seorang fans fanatik menyukai klub sepak bola karena klub tersebut memiliki keterikatan dengan dirinya, seperti tempat lahir, ras, dan kelas sosial. Namun saat ini banyak penggemar klub sepak bola yang berasal jauh dari kota klub tersebut. Para penggemar tersebut menyebar melalui interaksi melalui media massa dan di media sosial, hingga akhirnya membentuk grup penggemar untuk para penggemar untuk berinteraksi satu sama lain. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang masalah dan sumber penelitian, pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah apa manifestasi fanatisme penggemar Liverpool di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa alasan seorang penggemar klub sepak bola Eropa di Indonesia, dalam hal ini Liverpool, menyukai klub yang tidak memiliki afiliasi dengannya, dan menjabarkan manifestasi dari fanatismenya terhadap

klub tersebut. Dari jawaban seorang fans fanatik Liverpool di Indonesia, setiap kalimat akan dianalisis untuk menemukan makna di balik simbol-simbol yang merupakan hasil dari interaksi yang dilakukan antara sesama fans fanatik pada sebuah kelompok.

1.4. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini menyediakan dan menerjemahkan data dari kalimat yang diucapkan oleh penggemar sepak bola, dan bertujuan untuk memberikan masukan ilmiah dan akademis guna memahami bagaimana menggunakan fenomenologi untuk menggambarkan manifestasi fanatisme dari seorang penggemar klub sepak bola Eropa di Indonesia. Kajian mengenai fanatisme penting untuk diperbanyak karena fanatisme sendiri merupakan sebuah fenomena yang kerap dijumpai di sekitar kita. Penelitian ini akan melihat manifestasi fanatisme penggemar klub sepak bola Eropa di Indonesia, sehingga, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagaimana memahami dan berinteraksi dengan seorang penggemar fanatik di sekitar kita.

Sementara itu, dari segi praktis, penelitian ini akan menunjukkan manifestasi fanatisme dari fans Liverpool di Indonesia. Fanatisme dalam sepakbola kerap dikaitkan dengan hal-hal yang menjurus ke arah negatif. Oleh karena itu, penelitian ini akan membantu pembaca untuk mengerti sisi lain dari manifestasi fanatisme dari seorang fans fanatik.