

Merchandise jersey dan gaya hidup konsumsi di kalangan anggota komunitas fans olah raga sepak bola = Jersey merchandise and lifestyle consumption among football sport fans community members

Ridho Hadianoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478901&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Merchandise jersey telah melekat dengan para fans olah raga sepak bola. Hal tersebut tidak terlepas dari komersialisasi dalam industri olah raga yang merambah komunitas fans-nya, sehingga melalui produksi merchandise secara terus menerus dan dalam jumlah banyak, fans olah raga terus menerus melakukan aktivitas mengonsumsi produk industri tersebut. Studi-studi konsumsi dalam konteks olah raga sebelumnya cenderung memisahkan pembahasan terkait konsumsi yang didorong oleh keterkaitan identitas fans dengan tim olah raga tertentu dan konsumsi yang didorong oleh branding tim-tim olah raga. Artikel ini berargumen bahwa identifikasi terhadap identitas komunitas fans dan komersialisasi olah raga melalui produksi merchandise mendorong gaya hidup konsumsi di kalangan fans sepak bola, akibatnya kebutuhan mengonsumsi merchandise menjadi bagian yang melekat dengan identitas fans itu sendiri. Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara dengan para anggota Komunitas Jersey Jakarta dan komunitas-komunitas kolektor jersey berdasarkan klub sepak bola.

<hr>

ABSTRACT

Merchandise such as jersey or football shirt has been embedded in football fan. It cannot be separated from the commercialization in sports industry which had been penetrated to fan community, so that through continuous and massive merchandise production, sports fan keeps consuming those industry products. The previous studies about consumption in sports context tend to distinguish discussion about consumption which pushed by the linkages between fan identity and certain sports team and consumption which pushed by sports team branding. This article argues that identification towards fan community identity and sports commercialization through merchandise production push consumption lifestyle in football fans, as a result the need of consuming merchandise is becoming attached part of fan identity itself. This study used qualitative method through observation and interview with member of Komunitas Jersey Jakarta and several jersey collector communities based on football club.