

Konstruksi Gender di Indonesia: Studi Kasus Atas Partisipasi Perempuan Penggemar Klub Sepak Bola Eropa di Indonesia = Gender Construction in Indonesia: A Case Study on Female European Football club Fans in Indonesia

Naufal Azizi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479914&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sepak bola, sebagai bagian dari olahraga yang populer di masyarakat, pada dasarnya memberikan kesempatan bagi perempuan untuk turut serta berpartisipasi. Akan tetapi, persepsi maskulinitas dalam sepak bola masih mengakar kuat di Indonesia. Kondisi ini tercerminkan melalui dominasi laki-laki ketika membentuk komunitas penggemar sepak bola sehingga keberadaan perempuan seolah terpinggirkan terutama karena jumlah yang tak seimbang antara penggemar laki-laki dan penggemar perempuan. Hal ini yang melatarbelakangi pembentukan komunitas khusus guna mewadahi perempuan penggemar sepak bola. Sementara itu, keberadaan media sosial sebagai wadah komunikasi virtual telah membawa kecenderungan *homophily* atau memiliki pilihan yang sama. Maka dari itu, banyak bermunculan beragam komunitas perempuan penggemar sepak bola, yang diantaranya adalah @JC_Indonesia (Twitter) dan @babesunitedindo (Instagram). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis tekstual dan observasi untuk mengetahui bagaimana perempuan Indonesia dalam sepak bola dimunculkan dalam media sosial melalui akun @JCI_Indonesia dan @babesunitedindo. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga strategi yang digunakan oleh kedua komunitas tersebut dalam mengkonstruksikan identitas gender dalam dominasi maskulinitas dalam budaya penggemar sepak bola. Strategi pertama adalah dengan secara berkala keluar dan masuk ranah laki-laki sebagai bentuk negosiasi atas budaya maskulinitas dalam sepak bola melalui media sosial. Strategi lainnya adalah melalui proses *labeling* mikro komunitas sebagai pengukuhan identitas feminin dalam sepak bola. Akan tetapi, strategi ketiga menunjukkan adanya ambiguitas identitas maskulin dan feminin ketika komunitas yang dijadikan studi kasus mempermasalahkan ketidakseimbangan relasi kuasa antara klub penggemar laki-laki dan perempuan.

ABSTRACT

It seems that there is no limitation for women to participate in football. Nonetheless, it is still a sport dominated by male players and also male football fans even though in reality, there are a lot of female football fans. Nowadays, social media has been utilized as a virtual communication medium bringing out a *homophily* tendency or having a same choice. Groupings of football fan communities are based on similarities in accessing information related to their favorite football club. This study analyses two female football fans communities: @JC_Indonesia (Twitter) and @babesunitedindo (Instagram). By utilizing textual analysis and ethnographic methods (interviews and observations), the thesis aims to determine how female football fans construct contesting gender identities in social media. The result reveals that there are three strategies used by both communities in problematizing the constructed gender identity. The first strategy is to enter and exit the masculine arena as a form of negotiation. Another strategy is done through labeling process as these micro communities exemplify their feminine identity as a response to the

dominant masculine identity in the football fandom practice. Third, there is an ambiguity in strategically playing with the masculine and feminine identity which is supposed to be problematizing the imbalance power relation between the male and female football fan clubs.</p>