

Pembentukan Identitas dalam Fandom Olahraga:Analisa Netnografi pada Arsenal Fan TV = Identity Formation in Sports Fandom: Netnographic Analysis of Arsenal Fan TV

Salvaditya Tama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535885&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel tersebut menjelaskan fenomena Arsenal Fan TV terhadap basis penggemar Arsenal di dunia yang semakin jenuh dengan media digital dan bagaimana penggemar sepak bola membentuk identitas mereka melalui konten media sosial, Arsenal Fan TV adalah pionir konten partisipasi penggemar sepak bola di platform media sosial YouTube . Hal ini telah mengubah sifat fandom sepak bola, karena kombinasi ‘fandom-teknologi’ memungkinkan penggemar untuk mengekspresikan pandangan mereka terhadap klub setiap hari (Woods & Ludvigsen, 2021). Tulisan ini menggunakan perspektif Nash (2000) terhadap fandom, khususnya pada lingkup sepak bola yang berhubungan kuat dengan kasus Arsenal Fan TV sebagai salah satu fan televisi terpopuler di industri fandom sepak bola. Selain itu, artikel ini mengkaji bagaimana media digital mentransformasikan fandom sepak bola untuk memperkuat identitas sosial mereka sebagai sebuah kelompok di platform media sosial. Artikel tersebut berargumen bahwa konten saluran Arsenal Fan TV mengubah dinamika fandom dan persepsi anggotanya terhadap sepak bola. klub yang berhubungan dengan teori identitas sosial Michael Hogg (2016) yang berfokus pada sosial dan norma kelompok, kepemimpinan di dalam dan antar kelompok. Fandom sepak bola memang berbeda jauh jika dibandingkan dengan fandom lainnya, karena mereka sangat mengutamakan klub sepak bola kesayangannya dalam berbagai aspek kehidupannya. Oleh karena itu, klub sepak bola yang mereka dukung akan merubah norma-norma sehari-hari dan status sosial mereka. Mengetahui bahwa kekuatan identitas sosial yang dimiliki Arsenal Fan TV dalam merubah lebih banyak Penggemar Arsenal di seluruh dunia agar norma-norma mereka ditetapkan oleh hasil Arsenal setiap minggu melalui besar-besaran mereka. keterlibatan digital akan sangat bermanfaat untuk mempelajari fenomena ini. Karena mengatasi kekuatan loyalitas dan identitas fandom sepak bola adalah hal yang penting, belajar dari pendapat Nash (2000) dan pengalaman mengenai suporter Liverpool yang berbasis di Skandinavia dipandang sebagai pemburu kejayaan karena kurangnya persatuan dengan suporter lokal.

.....

The article describes the phenomenon of Arsenal Fan TV on Arsenal’s fan base in an increasingly digital media- saturated world and how football fans shape their identity through social media content, Arsenal Fan TV is the pioneer in football fan participation content on the social media platform YouTube. It has changed the nature of football fandom, as its ‘fandom-technology’ combination allows fans to express their views towards the club daily (Woods & Ludvigsen, 2021). This paper use Nash’s (2000) perspective towards fandom, specifically on a football scope which connects strongly to the case of Arsenal Fan TV as one of the most popular fan television in the football fandom industry. Other than that, this article studies how digital media transforms football fandoms to strengthen their social identity as a group in social media platforms.. The article argues that the contents of the Arsenal Fan TV channel change the dynamics of the fandom and the member’s perceptions of the club which connects to Michael Hogg’s (2016) social identity theory that focuses on social influence and group norms, leadership within and between groups. Football fandom is

different distinctly different when being compared to other fandoms, as they really prioritize their favourite football club in many aspects of their life. Hence, the football club they support will be affecting their daily norms and social status. Knowing that the strength in social identity that Arsenal Fan TV has in influencing more Arsenal Fans around the world to have their norms set by Arsenal results every week through their massive digital engagement will be very beneficial for studying this phenomenon. As addressing the strength in loyalty and identity for a football fandom is important, learning from Nash's (2000) take and experience on Liverpool's Scandinavian based supporters being seen as glory hunters due to the lack of unity with the local supporters.