



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**MAKNA IDENTITAS *FANS* CLUB SEPAK BOLA (STUDI KASUS:  
JUVENTUS CLUB INDONESIA)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Sains**

**PAUNDRA JHALUGILANG  
1006744912**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI PASCA SARJANA ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS INDONESIA  
2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

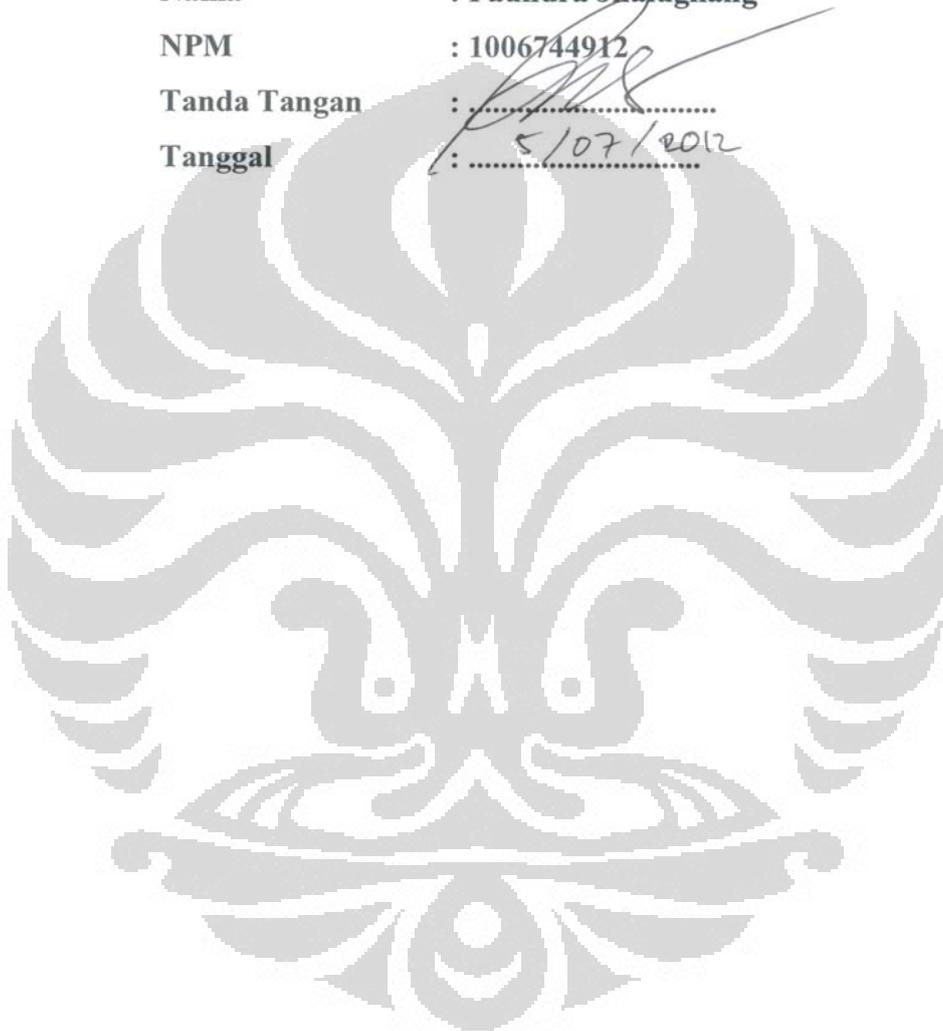
**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : Paundra Jhalugilang

**NPM** : 1006744912

**Tanda Tangan** : .....

**Tanggal** : 5/07/2012



## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : Paundra Jhalugilang  
NPM : 1006744912  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Makna Identitas *Fans* Klub Sepak Bola (Studi Kasus:  
Juventus Club Indonesia)

**Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.**

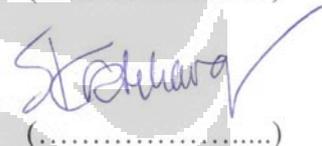
### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Pinckey Triputra, M.Sc



(.....)

Pembimbing : Dr. Dorien Kartikawangi



(.....)

Penguji Ahli : Drs. Eduard Lukman, MA



(.....)

Sekretaris Sidang : Ir. Firman Kurniawan Sujono, M.Si



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Juli 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas bekal dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Sains Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini sangat sulit bagu saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dorien Kartikawangi, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak/ibu dosen di Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI yang sudah membantu memberikan ilmu selama di perkuliahan.
3. Pihak komunitas Juventus Club Indonesia (JCI), khususnya Satria Setiananda, Humas JCI yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan. Selain itu saya ucapkan terima kasih juga kepada Mamet, Oday, Yogi, dan Labib yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penyusunan tesis ini. *Juve per Sempre..*
4. Kedua orang tua saya, Bapak Damiri Entjik dan Ibu Rulina Pemberiani yang sudah memberikan bantuan dukungan material dan moral. Demi membuat mereka bangga, mereka menjadi motivasi utama saya untuk segera menyelesaikan tesis ini, lulus dari pendidikan S2, dan mendapat gelar master, Magister Sains (M.Si).
5. Kakak sulung saya, Galih Pandekar dan istrinya, Tini Ismiyani, beserta Hubaib Ghiffar Pandekar dan Hudzaifa Izhar Pandekar. Keluarga bahagia yang selalu membuat saya tersenyum. Saya mampu menjawab tantangan mereka untuk ikut bergelar master. Kakak perempuan saya, Raditie Ayu Sekarmirah dan sang suami, Ade Oka Hendrata yang selalu memberikan saya dorongan untuk menyelesaikan tesis ini meski terpisahkan dengan jarak. Terakhir, adik saya Tunjungwangi Sekarasih yang sudah mau saya mintai beberapa pertolongan untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Teman spesial, teman terdekat saya, Isna Fitriya, yang selalu mengingatkan saya agar tidak terlalu banyak bersantai. Begitu juga dengan segala pertolongannya

dalam penyelesaian tesis ini. Terutama dukungan moral yang selalu meningkatkan semangat saya untuk segera mendapat gelar M.Si.

7. Rekan-rekan Pasilkom, Novin, Arie, Aan, Naldo, Heychael, Bagus, Erry, Rudy, Girin, Anwar Lay, Alip, mas Denny, uda Azwar, mas Aghy, Pak Kur, Nanda, Shava, Cipa, Ranop, Pijar, Dini, Besty, Kiki, Syarah, mbak Ika, Dita, Ciput, Asti, mbak Widi, Selly, dan mbak Tia, Selamat buat kalian yang sudah mendapat gelar M.Si (Master Segala Ilmu).
8. Rekan-rekan di Harian Olahraga *TopSkor*, Vidi, Egha, Jupri, Bren, Rais, Riky, Hendry, Surya, Lily, mbak Xave, mbak Ika wali kelas desk Inggris, bang Ucup, mas Edu, mas Ari, dan lainnya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala suportnya dan pengertiannya.
9. Rekan-rekan di Rumah Kardus, kontrakan Sastra FC yang dihuni makhluk-makhluk ajaib yang menjadi tempat pelepasan kepenatan. Terima kasih buat Adin, Kari, Cimenk, Ucok, Harry Ajo, Jekjon, Ableh, Rendra, Bikun, Rahdil, Salman, Feza, James, Limbong, Rizky, yang sudah menjadi teman pendamping main *Playstation*.
10. Rekan-rekan di Sejarah UI 2005, Adi, Bazis, Ronald, Yahya, Radit, Agung, Dinda, Nadia, Devi, Hikmah, dan lainnya yang tak bisa satu persatu, ditambah Anbia. Terima kasih atas suportnya, ayo kalian segera menyusul!
11. Rekan-rekan di Sastra FC, baik para senior maupun junior yang sudah memberikan kesempatan buat saya untuk menghilangkan stres karena tesis dengan bermain futsal dan sepak bola. Mohon maaf tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
12. Terakhir, orang-orang yang bertugas di sekretariat seperti mas Agus, mas Ajat, mas Giri, mas Mugi, mbak Ayu, Pak Taram, dan mas Pri petugas fotokopian serta para OB. Terima kasih atas pertolongan kalian mengurus surat-surat, fotokopi buku, dan perintilan-perintilan lainnya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 6 Juli 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Paundra Jhalugilang  
NPM : 1006744912  
Program Studi : Pascasarjana  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul : Makna Identitas *Fans* Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)

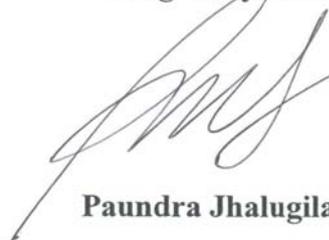
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Juli 2012

Yang menyatakan



**Paundra Jhalugilang**

## ABSTRAK

Nama : Paundra Jhalugilang  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Makna Identitas *Fans* Klub Sepak Bola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)

Tesis ini membahas identitas *fans* klub sepak bola Juventus. Juventus merupakan klub papan atas Eropa yang memiliki banyak *fans* di Indonesia. Penelitian ini melihat proses pembentukan identitas *fans* yang kemudian mendapat penegasan lewat identitas sosial di komunitas Juventus Club Indonesia (JCI). Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis dengan memakai teori identitas dan identitas sosial, kemudian menggunakan teori interaksionis simbolik untuk mengetahui makna identitas *fans* Juventus. Penelitian ini bersifat deskriptif mengingat data yang dikumpulkan berupa penjelasan dari narasumber yang dijadikan informan dan memakai metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini melihat bagaimana identitas yang terbentuk melalui proses eksplorasi seperti keluarga, teman, dan media massa. Serta level komitmen dengan memiliki atribut, setia mendukung Juventus meski sedang terpuruk, hingga menyejajarkan Juventus dengan keluarga serta pasangannya. Kemudian identitas sosial mereka terbentuk melalui proses kategorisasi yakni memahami dan mengidentifikasi komunitas. Lalu dilanjutkan identifikasi dengan menjalankan misi komunitas, memakai atribut komunitas, menyanyikan yel-yel, hingga memakai istilah yang digunakan komunitas. Terakhir adalah perbandingan sosial yakni membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Konsep interaksionis simbolik mengenai komunitas (*society*), anggota (*self*), dan pikiran (*mind*) menghasilkan makna bahwa *fans* Juventus adalah kelompok *fans* yang loyal, memiliki rasa cinta yang tinggi, serta mempunyai rasa kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan sebagai sebuah komunitas.

Kata kunci :  
Identitas, *Fans*, Interaksionis Simbolik, Sepak Bola, Juventus

## ABSTRACT

Name : Paundra Jhalugilang  
Major : Ilmu Komunikasi  
Title : The Identity Meaning of Football Fans (Case Study: Juventus Club Indonesia)

This thesis discusses about the identity of Juventus fans. Juventus is a top European football club that has many fans in Indonesia. This research sees the process of construction of the fans identity that validated through the social identity of Juventus Club Indonesia (JCI) community. This research uses constructivist approach along with the theory of identity and social identity and then uses the symbolic interactionist theory to know the meaning of Juventus fans identity. This research is descriptive because the data that has been gathered is the description from all the informants and uses case study method. The data gathered technique is through observation and interview. The result of this research is too see how identity can be constructed through the exploration such as family, friends, and the mass media. And the level of commitment process to have the attributes, and loyal support. It is also contained the categorization to understand and identify community. Then proceed with identification to use community attribute, singing slogans, and use a community term. Last is the social comparison which compared with other groups. The symbolic interactionist concept about community (society), member (self), and mind bring result that the Juventus fans is a loyal fans group, have high sense of love, and have a sense of togetherness, solidarity, and brotherhood as a community.

Key words :  
Identity, Fans, Symbolic Interactionism, Football, Juventus

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Signifikansi Penelitian.....	8
<b>BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Interaksionis Simbolik.....	11
2.2 Konsep Identitas.....	15
2.2.1 Pembentukan Identitas .....	17
2.2.2 Institusi Pembentuk Identitas .....	18
2.2.3 Status-Status Identitas.....	20
2.2.4 Sisi Gelap Identitas.....	22
2.3 Identitas Sosial .....	24
2.4 Pengertian <i>Fans</i> .....	27
2.4.1 Fanatisme Sempit .....	30
2.5 Komunitas.....	30
2.6 Perumusan Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4.1 Wawancara .....	39
3.4.2 Pengamatan di Lapangan .....	39
3.5 Analisis Data.....	40
3.6 Kriteria Kualitas Penelitian.....	42
3.7 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	42
<b>BAB 4 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Profil Klub Juventus .....	43
4.1.1 Sejarah Juventus .....	43
4.1.2 Sejarah Suporter Juventus.....	45
4.2 Profil Komunitas Juventus.....	47
4.2.1 Kronologi dan Sejarah .....	47
4.2.2 Budaya Organisasi.....	48
4.2.3 Visi, Misi, dan Indikator Utama.....	49
4.2.4 Keanggotaan.....	50
4.2.6 Sumber Pendanaan .....	51
4.3 Deskripsi Narasumber .....	51

4.3.1 Informan 1.....	52
4.3.2 Informan 2.....	53
4.3.3 Informan 3.....	54
4.3.4 Informan 4.....	55
4.4 Proses Pembentukan Identitas Juventini .....	56
4.4.1 Eksplorasi.....	57
4.4.2 Komitmen .....	62
4.5 Proses Pembentukan Identitas Sosial .....	67
4.5.1 Kategorisasi.....	67
4.5.2 Identifikasi .....	73
4.5.3 Perbandingan Sosial .....	78
4.6 Eksistensi Anggota Komunitas .....	82
4.6.1 Skala Manusia .....	83
4.6.2 Kepemilikan .....	85
4.6.3 Kewajiban .....	86
4.6.4 <i>Gemeinschaft</i> .....	88
4.6.5 Kebudayaan.....	90
4.7 Makna Identitas <i>Fans Juventus</i> .....	91
4.7 Diskusi.....	95
<b>BAB 5 KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Implikasi .....	104
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	104
5.2.2 Implikasi Praktis.....	104
5.3 Rekomendasi.....	104
5.3.1 Rekomendasi Akademis .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1. 1 Latar Belakang

Sepak bola merupakan olahraga yang populer di dunia. Sepertinya tidak ada olah raga lain yang sedang dimainkan dan ditonton oleh banyak orang seperti sepak bola. Kevin Alavy, seorang direktur olahraga dan hiburan mengatakan bahwa Piala Dunia dan Olimpiade merupakan dua tayangan olahraga yang paling banyak ditonton di dunia. Tercatat, sekitar 30 miliar orang menyaksikan Piala Dunia 2006 di Jerman ([www.topendsports.com](http://www.topendsports.com)). Topendsports juga menempatkan sepak bola di urutan pertama berdasarkan hasil survei yang dilakukan website tersebut dengan menjangkit 24 persen.

Tidak bisa diketahui secara pasti bagaimana olahraga ini bisa muncul di Eropa dan menjadi olahraga yang populer di dunia. Yang pasti, sepak bola seakan menjadi magnet bagi setiap kalangan masyarakat di dunia. Sepak bola sendiri sudah diperkenalkan di Indonesia secara resmi sejak tahun 1930 yakni dengan didirikannya Persatuan Sepak Raga Seluruh Indonesia (PSSI) di Yogyakarta oleh Soeratin Sosrosoegondo (Palupi, 2004: xxii). Masyarakat menganggap sepak bola sebagai ajang hiburan yang sangat memikat. Mereka ikut merasakan bagaimana gembiranya suatu tim atau pemain favoritnya saat mendapatkan kemenangan pada suatu pertandingan. Mereka rela ikut berdesak-desakan menonton di stadion maupun di televisi.

Final Piala AFF 2010 antara tim nasional Indonesia melawan Malaysia bulan Desember lalu, telah menjadi bukti tingginya animo masyarakat Indonesia terhadap sepak bola. Bahkan, siaran pertandingan tersebut menjadi tayangan yang paling banyak ditonton dan mampu mengalahkan final Piala Dunia 2010. Hasil riset The Nielsen Company mengungkapkan bahwa persentase orang yang menonton atau audiens *share* siaran pertandingan laga kedua final Piala AFF 2010 pada 29 Desember mencapai angka 65,7% dengan rating 23,1, atau ditonton oleh kurang lebih 11,4 juta orang berusia 5 tahun ke atas di 10 kota besar di Indonesia ([www.agbnielsen.net](http://www.agbnielsen.net)).

Kegemaran masyarakat akan sepak bola juga terlihat pada terbentuknya komunitas dan organisasi suporter untuk mendukung tim-tim yang berlaga di kompetisi sepak bola. Arti suporter dalam kamus adalah orang yang mendukung sebuah tim, seseorang, politik, dan lainnya ([www.bahasa.kemdiknas.go.id](http://www.bahasa.kemdiknas.go.id)). Itu artinya suporter adalah orang yang mencintai suatu tim atau orang atau pemain yang diidolakannya. Suporter akan melakukan apapun

untuk mendukung tim atau orang yang diidolakannya itu. Oleh karena itu, suporter sering disebut pemain ke-12 sebuah tim sepak bola. Seorang suporter sepakbola yang fanatik biasanya membutuhkan identitas dari sebuah kefanatikan tersebut. Seperti kepemilikan *jersey* atau kaus tim dan syal yang akan menjadi perlengkapan standar di sini. *Jersey* bisa dijadikan identitas sebagai pendukung sebuah klub atau negara dalam hal sepakbola. Syal biasanya digunakan oleh suporter yang biasanya menonton sepakbola secara langsung di stadion (www.bola.net).

No.	Klub	Asal Negara	Jumlah <i>fans</i> di Eropa
1.	Barcelona	Spanyol	57.800.000
2.	Real Madrid	Spanyol	31.300.000
3.	Manchester United	Inggris	30.600.000
4.	Chelsea	Inggris	21.400.000
5.	Bayern Muenchen	Jerman	20.700.000
6.	Arsenal	Inggris	20.300.000
7.	AC Milan	Italia	18.400.000
8.	Inter Milan	Italia	17.500.000
9.	Liverpool	Inggris	16.400.000
10.	Juventus	Italia	13.100.000
11.	Zenit St. Petersburg	Rusia	12.600.000
12.	CSKA Moskow	Rusia	10.500.000
13.	Spartak Moskow	Rusia	9.000.000
14.	Marseille	Prancis	7.800.000
15.	Ajax Amsterdam	Belanda	7.100.000

**Tabel 1.1**

Jumlah *fans* klub sepak bola di Eropa

Sumber: Okezone

Untuk tambahan, seorang suporter biasanya akan bergabung dalam komunitas-komunitas penggemar sepakbola, dan ini kembali ditandai dengan kepemilikan KTA (Kartu Tanda Anggota) dan pernak-pernik lainnya. Semakin banyak suporter fanatik, maka ini akan semakin menguntungkan klub yang digemari tadi, apalagi jika klub itu dijalankan secara profesional. Sebagai contoh, klub Bayern Muenchen mendapatkan pendapatan komersial dari *merchandise* sebesar 38,9 juta euro (sekitar Rp 462 miliar). Kunci sukses klub asal Jerman itu dalam pendapatan komersial adalah karena mereka berada di negara dengan basis suporter dan pasar komersial terbesar di Eropa ([www.bola.net](http://www.bola.net)).

Di Italia, klub rata-rata sudah memiliki asosiasi suporter. Suporter ikut terlibat dalam kegiatan-kegiatan klub yang terstruktur dan beberapa bentuk sosialisasi lainnya kepada banyak anggotanya. Semua perlu dimobilisasi, tidak hanya sumber daya material tetapi juga sumber daya simbolis karena hal tersebut tentang makna kegiatan sosial bagi masyarakat Italia (Giulianotti, 1994: 78). Tidak hanya mengatur penjualan tiket dan menggerakkan massa ke stadion, mereka juga merancang pertemuan dengan klub dan pemain untuk berdiskusi mengenai kegiatan apa saja yang direncanakan klub dalam beberapa bulan ke depan.

Suporter juga bisa ikut menentukan arah kebijakan klub. Seperti usaha suporter AC Milan dalam rangka mencegah kepergian pemain kesayangan mereka, Riccardo Kaka ke Manchester City pada 2009. Sekitar 500 orang berteriak-teriak di markas AC Milan, Milanello, "Tetaplah bersama kami, Riccardo..!". Sekitar 50 orang di antara mereka lantas menyempal dari kerumunan untuk menuju kediaman Kaka. Usaha mereka akhirnya berhasil setelah Milan menolak tawaran besar dari Manchester City (Marhaendra, 2010: 175).

Memengaruhi kebijakan klub masih merupakan bentuk sisi positif dari suporter. Yang bahaya jika aksi suporter mulai mengarah ke sikap negatif. Mereka tak segan-segan mengancam para pemainnya jika mengalami hasil buruk. Seperti yang dilakukan suporter Red Star Belgrade (Serbia) yang masuk ke sesi latihan dan menghajar tiga pemainnya sendiri dengan pentungan, jeruji, dan alat penggebuk lainnya sekitar tahun 1990-an (Foer, 2006: 3). Contoh lain adalah suporter Genoa yang memaksa para pemainnya mencopot kaus tim saat dihajar Siena di pertandingan Liga Italia Seri A, April 2012.

Bagi para penggemar fanatik sepak bola pasti tidak merasa lengkap jika tidak ada alasan untuk mendukung suatu tim secara ideologis. Tentu saja alasan menjadi suporter karena kostum tim yang bagus atau pemainnya yang rupawan bukan termasuk hitungan suporter fanatik. Melainkan mereka mengidentikkan diri dengan sejarah atau identitas tim yang mereka dukung. Namun, motif ini tentu saja tidak berlaku untuk kompetisi antar negara

seperti Piala Dunia yang sudah merepresentasikan negaranya masing-masing. Motif ini lebih berlaku pada klub yang merepresentasikan daerah, ras, agama, dan ideologi. Seperti rivalitas antara pendukung Glasgow Rangers yang merepresentasikan kaum Protestan dengan pendukung Celtic kaum Katolik di Skotlandia. Tingginya fanatisme antara suporter Rangers dan Celtic tidak hanya di lapangan saja, tetapi juga di luar lapangan (Foer, 2006: 30-59). Atau pertarungan antar kelas di ibukota Italia, antara pendukung Lazio yang dikenal berpaham ultra kanan borjuis berasal dari pinggiran kota (suburban) dengan pendukung AS Roma yang merupakan kelas pekerja menengah berpaham politik kiri yang tinggal di perkotaan.

Contoh lain adalah tim-tim yang berdasarkan etnis seperti Barcelona dan Athletic Bilbao. Orang-orang Barcelona adalah etnis Catalan yang menolak kerajaan Spanyol. Dalam hal ini mereka memusuhi Real Madrid yang merupakan simbol ibukota kerajaan dengan segala kekayaannya. Sedangkan Bilbao adalah etnis Basque yang sangat bangga dengan etnisnya itu. Semua pemain Bilbao beretnis Basque atau minimal punya keturunan Basque. Bilbao menjadi representasi kaum Basque dan bangga atas darah murni klub yang didukungnya.

Menariknya, Indonesia sebagai negara yang memiliki suporter paling fanatik terbesar ketiga di dunia ([www.inmystery.com](http://www.inmystery.com)) juga menyukai klub-klub luar negeri. Padahal, tidak sedikit klub-klub lokal yang memiliki basis *fans* yang cukup besar yang merepresentasikan kedaerahan mereka. Sebut saja The Jak (Persija Jakarta), Viking (Persib Bandung), Aremania (Arema Malang), Persikmania (Persik Kediri), Pasoepati (Persis Solo), The Macs Man (PSM Makassar), Persipura Mania (Persipura Jayapura), Sriwijaya Mania (Sriwijaya FC), dan masih banyak lagi. Secara logika, masyarakat Indonesia yang menyukai klub luar negeri tidak memiliki kepentingan atau mewakili ideologi klub yang bersangkutan. Namun, berdasarkan fenomena yang diamati peneliti, mereka juga merasa menjadi bagian dari klub tersebut. Membawa identitas dan jati diri klub serta berujung pada tingkat fanatisme yang cukup tinggi.

Tayangan Liga Champions dan liga-liga papan atas Eropa seperti Liga Primer Inggris, Seri A Italia, dan La Liga Spanyol, mungkin menjadi daya tarik yang cukup memikat buat penggemar sepak bola di Indonesia. Biasanya, mereka menyukai klub-klub papan atas Eropa macam Manchester United (MU), AC Milan, Juventus, Liverpool, Chelsea, Inter Milan, Barcelona, Real Madrid, Arsenal, dan lainnya. Mereka menyukai klub-klub tersebut karena televisi yang menyiarkan pertandingan dan kompetisi luar negeri. Wajar jika banyak

penggemar sepak bola di Indonesia menyukai klub-klub luar negeri dan memberikan makna sosial bagi pendukung klub luar negeri.

Salah satu klub yang memiliki banyak *fans* di Indonesia adalah klub asal Italia, Juventus. Tim yang dijuluki “*La Vecchia Signora*” atau Si Nyonya Tua itu merupakan tim yang paling sukses di Italia. Mereka telah memenangkan 28 gelar Liga Italia Seri A, sembilan gelar Piala Italia, dua Liga Champions, empat Piala Super Italia, tiga Piala UEFA, Piala Winners Eropa, Piala Intertoto Eropa, dan Piala Interkontinental. Berdasarkan prestasi tersebut, Juventus memiliki *fans* yang cukup besar di dunia (D’Souza, [www.bleacherreport.com](http://www.bleacherreport.com)). Juventus juga dua kali terpilih menjadi klub terbaik di dunia tahun 1993 dan 1996, serta menduduki peringkat ketiga di dunia antara periode 1991-2009 versi International Federation of Football History & Statistics (IFFHS).

Juventus dimiliki keluarga Agnelli sejak tahun 1923. Keluarga Agnelli kerap disebut sebagai “monarki tak resmi” di Italia. Agnelli menunjukkan kebangsawanannya sekaligus kaum industrialis yang memiliki beberapa perusahaan bank, asuransi, perusahaan kimia, tekstil, semen, dan penerbitan (Foer, 2006: 168). Tapi yang terbesar adalah perusahaan mobil FIAT, perusahaan mobil terbesar di Italia. Semua pekerja FIAT dan rata-rata kaum buruh secara tradisi merupakan pendukung Juventus (Giulianotti, 1994: 79). Itulah yang membuat mereka memiliki *fans* terbesar di Italia.. Survei yang dilakukan Nielsen Italia pada tahun 2008 menunjukkan bahwa Juventus memiliki 10 juta *fans* di negeri pasta itu ([www.nasional.kompas.com](http://www.nasional.kompas.com)). Menurut *La Repubblica*, Juventus juga menguasai 28 persen *fans* fanatik di Italia. Sedangkan di Eropa, Juventus berada di urutan kesepuluh sebagai tim yang punya *fans* terbanyak. Menurut laporan *Goal* tahun 2010 yang bekerja sama dengan *Sport+Markt*, Juventus memiliki 13 juta *fans* di Eropa ([www.bola.okezone.com](http://www.bola.okezone.com)) dan 20 juta *fans* di dunia ([www.talksport.co.uk](http://www.talksport.co.uk)). Juventus juga masuk dalam 10 besar klub terpopuler di dunia berdasarkan gabungan perhitungan jumlah *fans* di *fanpage* resmi klub Juventus yang dilakukan *Goal*. Adapun sebutan supporter Juventus adalah Juventini.

Juventini didominasi kamu pria, meski tak sedikit kaum wanita menyukai klub berkostum hitam-putih tersebut. Untuk memperkuat identitas diri biasanya seseorang akan mencari orang-orang yang memiliki pemaknaan yang sama terhadap suatu hal. Mereka akan lebih nyaman apabila bersama dengan orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam beberapa hal. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, supporter biasanya akan bergabung dengan komunitas penggemar klub tersebut untuk memperkuat jati diri mereka. Melalui klub Juventus dapat disebutkan adanya identitas pribadi dan kelompok. Itu terlihat dengan

munculnya komunitas penggemar Juventus bernama Juventus Club Indonesia (JCI). Komunitas ini muncul karena kesamaan selera menyukai sebuah klub. Komunitas ini salah satu upaya menampung hobi dan semangat persaudaraan yang kuat, diantara para pecinta dunia olah raga pada umumnya dan klub Juventus pada khususnya ([www.juventusclubindonesia.com](http://www.juventusclubindonesia.com)). Komunitas ini juga sudah menjadi *fans* klub resmi Juventus pada 22 Oktober 2009.

Komunitas JCI terbentuk setelah melalui beragam fase seri diskusi dan pematangan konsep, sampai akhirnya berhasil disepakati kesesuaian kehendak untuk membentuk sebuah wadah yang kuat dan terorganisasi dengan baik. Salah satu yang menginspirasi terbentuknya komunitas ini adalah terdegradasinya Juventus ke Seri B lantaran tersandung skandal pengaturan wasit atau biasa disebut *calciopoli* pada tahun 2006. Merasa senasib sepenanggungan karena melihat tim kesayangannya dihukum berat, beberapa orang lalu membuat komunitas ini. Meski sebelumnya sudah terbentuk di dunia maya, mulai tahun 2006 mereka meresmikan komunitas ini sebagai sebuah organisasi nyata.

Komunitas ini akhirnya berkembang menjadi sentra komunikasi dan pengembangan diri para anggotanya. Komunitas ini bercita-cita menjadi sebuah organisasi dan perkumpulan yang profesional dengan berlandaskan semangat kebersamaan. Komunitas ini kini sudah menjaring kurang lebih 2.000 anggota dan 100.000 simpatisan yang berasal dari seluruh penjuru Indonesia (*TopSkor*, 12-13 Mei 2012). Dalam akun *facebook* resminya, JCI sudah menjaring sekitar 71 ribu orang (hingga 19 Mei 2012). Mereka tidak hanya menunjukkan identitas dari atribut-atribut saja, JCI pun memiliki kreativitas tersendiri dan membuat beberapa rangkaian kegiatan (*Bolavaganza*, November 2011). Berangkat dari fenomena inilah maka penelitian ini dilakukan. Dengan mencoba mengkaji persoalan dengan pendekatan konstruktivis, penelitian ini mencoba melihat bagaimana anggota JCI membentuk identitasnya sebagai *fans* Juventus atau Juventini kemudian mencari tahu makna identitas mereka sebagai *fans*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Di Eropa, sepak bola bukan hanya sekadar sarana hiburan, tetapi juga mewakili ras, ideologi, agama, dan kelas tertentu. Tingkat fanatisme yang tinggi tidak hanya dilihat dari kepemilikan kaus atau syal tim yang dicintainya, tetapi bagaimana pengorbanan besar yang ditunjukkan demi memperlihatkan identitas mereka. Erikson (*dikutip* Anggraini, 2008) menjelaskan bahwa definisi identitas diri secara umum adalah sebagai kelanjutan menjadi

seseorang yang tunggal dan pribadi yang dikenali oleh orang lain. Dalam perspektif psikologi, identitas diri merupakan suatu konsep yang berakar dari ide mengenai keunikan individu dalam dimensi kepribadian yang membedakan individu dengan individu lain. Menurut Interaksi Simbolik yang diungkapkan Mead, identitas adalah bagian dari konsep diri. Sedangkan konsep diri merupakan suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain (Littlejohn, 2002: 145).

Menurut O'Brien (*dikutip* Sedyaningih, 2010: 21), reaksi seseorang terhadap dunia ini tergantung dari bagaimana dia mendefinisikan situasi yang ada di sekitarnya. Ketika orang berinteraksi dengan yang lain mereka selalu melakukan sesuai dengan aturan budaya yang ada. Perlu digarisbawahi bahwa aturan yang ada dikonstruksikan oleh manusia dan mengandung makna hanya dalam konteks sosial yang spesifik. Jika berbicara mengenai makna, O'Brien menambahkan bahwa makna yang ada dicapai berdasarkan interaksi antar individual yang saling berbagi. Dengan adanya interaksi maka ada simbol yang digunakan sebagai sarana berinteraksi. Interaksi simbolik ini dapat digunakan dalam mengomunikasikan rasa menghormati, berteman, atau solidaritas. Dari pandangan interaksi simbolik, orang tidak akan saling berinteraksi jika tidak ada kepercayaan di dalamnya. Interaksi simbolik ini selalu didasarkan pada pemahaman bahwa tindakan manusia dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan penghargaan dan menghindari hukuman.

Menariknya, ketika individu memiliki identitas, terutama identitas yang merujuk ke olahraga itu cukup kuat. Apa yang diharapkan dari orang-orang dengan meminjam identitas tersebut. Jika di Eropa mereka memiliki identitas yang mewakili ras, ideologi, atau agama tertentu. Berdasarkan fenomena yang ditemukan, orang Indonesia juga ikut menyukai dan mendukung klub-klub luar negeri, khususnya klub Eropa. Mereka merasa ikut memiliki dan menjadi bagian dari klub tersebut. Tak segan pula mereka membeli atribut bernuansa klub tersebut meski tidak punya hubungan langsung karena perbedaan geografis. Teori identitas akan menunjukkan bahwa individu memiliki pilihan dan mengkaji mengapa mereka membuat pilihan yang mereka lakukan.

Namun, bagaimana mereka memaknai identitasnya sebagai *fans* klub sepak bola juga tergantung bagaimana interaksi yang terjadi dengan kelompok atau komunitasnya. Teori identitas sosial memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka secara pribadi (Tajfel dan Turner, 1979). Komunitas menjadi penegasan atau memperkuat pemaknaan identitas individu. Dalam hal ini, bagaimana seorang Juventini yang tergabung dalam komunitas JCI memaknai

identitasnya dari interaksi dengan sesama anggota lainnya. Berdasarkan latar belakang dan uraian rumusan masalah di atas, maka penelitian ini mengidentifikasi sebuah masalah:

1. **Bagaimana proses pembentukan identitas diri sebagai *fans* Juventus (Juventini)?**
2. **Bagaimana proses pembentukan identitas sosial di komunitas JCI?**
3. **Apa makna *fans* Juventus bagi anggota JCI melalui interaksi antar sesama anggota?**

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang diajukan, maka penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana seseorang membentuk identitasnya sebagai *fans* klub sepak bola dan memaknai identitasnya tersebut berdasarkan interaksi dengan anggota lainnya di komunitas. Dengan memakai pendekatan konstruktivis akan diketahui lebih dalam bagaimana proses mereka menjadi seorang Juventini dan memaknainya.

### 1.4 Signifikansi Penelitian

#### a. Signifikansi Akademis

Sejauh penelusuran yang sudah dilakukan peneliti, penelitian mengenai identitas pernah dilakukan oleh Natasia Simangunsong yang berjudul “**Fenomena *Hallyu* dalam Pembentukan Identitas Diri (Studi Kasus pada *Triple S Medan* Sebagai Komunitas Penggemar *Boyband* Korea *SS501*)**”. Penelitian ini melihat proses perubahan identitas informan sebelum dan sesudah bergabung dengan komunitas, dalam hal ini juga mengenai proses interaksi dan gaya hidup anggota komunitas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa anggota komunitas dengan pikiran (*mind*) dan interaksi sosial (diri (*self*) dengan yang lain) yang digunakan untuk menginterpretasi dan memediasi masyarakat (*society*), membentuk identitas diri yang baru dalam tiap anggota. Setelah bergabung dengan komunitas maka anggota memaknai simbol-simbol yang telah dimaknai bersama untuk menunjukkan identitas mereka sebagai anggota komunitas.

M. Salis Yuniardi pernah menulis studi serupa berjudul “**Identitas Diri Para *Slanker***”. Penelitian itu membahas tentang pengidolaan remaja terhadap bintang idolanya dalam hal ini grup musik Slank. Pengidolaan seringkali dikaitkan dengan perilaku remaja dalam memenuhi tugas perkembangannya untuk menemukan identitas diri. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa identitas *Slankers* menyerap seluruh nilai-nilai yang dianut dan

diajarkan oleh Slank. Mereka hafal lirik-lirik lagi, cara bermain musik, hingga penampilan dan gaya hidup. Anggota Slankers mengaku senang dan bangga menjadi anggota komunitas karena merasa menemukan kehangatan dan semangat kekeluargaan dalam komunitas Slankers.

Penelitian mengenai identitas Slankers juga pernah dilakukan Adisty Dwi Anggraini yang menulis **“Pembentukan Identitas Slankers Melalui Pemaknaan Terhadap Simbol-Simbol Budaya Musik Slank”**. Penelitian itu mengungkapkan bahwa penggemar grup musik Slank bernama Slankers membentuk identitasnya sebagai hasil pemaknaan terhadap simbol-simbol yang terdapat di dalam budaya musik Slank melalui proses interaksi simbolik. Simbol-simbol yang dimaksud adalah simbol-simbol yang ada dalam peristiwa pembuatan beberapa *video clip* dan konser. Lagu-lagu Slank yang memiliki lirik di dalamnya menjadi simbol signifikan yang dimaknai Slank untuk membantu memberikan referensi dalam memandang sesuatu dan menampilkan perbuatan sesuai dengan pandangannya itu. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Slankers memiliki lagu kesukaan yang beragam dan dimaknai secara beragam pula oleh Slankers. Artinya, Slankers secara aktif dan sadar memilih informasi mana yang dibutuhkan untuk membentuk identitasnya.

Sedangkan untuk penelitian mengenai *fans* klub olahraga, pernah dilakukan Clayton Edward Steven Munro tahun 2000 berjudul **“Sports Fan Culture and Brand Community: Ethnographic Case Study of The Vancouver Canucks Booster Club”**. Penelitian tersebut membahas mengenai analisis *fans* olahraga yang menggunakan studi etnografi terhadap sebuah klub rugby. Namun, penelitian ini lebih membahas mengenai konsumerisme merek. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa anggota Booster tidak hanya cenderung untuk menunjukkan perspektif budaya komunitas *fans*, tapi juga memiliki hubungan neo-tribe dan subkultur dalam masyarakat.

Beberapa studi terdahulu lebih melihat bagaimana identitas dibentuk, bukan bagaimana identitas diri anggota komunitas itu dimaknai. Penelitian ini akan melengkapi makna dari identitas, dalam hal ini sebagai *fans* klub sepak bola. Selain itu, subjek yang dipilih sebagian besar adalah penggemar grup musik tertentu. Sedangkan pada penelitian ini mencoba mengkaji makna identitas diri sebagai penggemar klub sepak bola luar negeri. Penelitian dengan pendekatan konstruktivis yang berkaitan dengan identitas ini diharapkan bisa memperkaya jenis penelitian komunikasi yang membahas soal identitas, identitas sosial, dan interaksi simbolik. Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditelusuri peneliti, belum ada

yang mengaitkan secara langsung antara identitas *fans*, identitas sosial, dan interaksi simbolik.

### **b. Signifikansi Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mendapat gambaran yang jelas mengenai identitas diri *fans* klub sepak bola. Dari temuan nantinya diharapkan dapat memberi pemahaman lebih empatis dari masyarakat pada komunitas *fans* sepak bola yang bisa memberi manfaat positif. Penelitian ini juga tidak hanya untuk komunitas sepak bola, tetapi juga bisa digunakan untuk memahami komunitas lainnya, entah itu penggemar grup musik atau benda koleksi seperti sepeda, kamera, dan sebagainya.



## BAB 2

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Interaksionis Simbolik

Interaksi simbolik merupakan proses sosial dalam kehidupan di kelompok sosial yang menciptakan aturan-aturan. Teori interaksi terbagi dalam dua mazhab, yang pertama adalah mazhab Chicago dan mazhab Iowa. Mazhab Chicago diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan George Herbert Mead. Blumer menekankan bahwa studi tentang manusia tidak akan bisa sama dengan studi lainnya. Peneliti harus berempati dengan pokok materi yang akan dikaji dan memasukan pengalamannya untuk memahami nilai masing-masing individu. Blumer juga yang memperkenalkan istilah “interaksi simbolik”. Sedangkan Mead membentuk inti aliran Chicago yang melihat orang sebagai sesuatu yang kreatif, inovatif, dan bebas dalam menjelaskan pada tiap situasi yang tidak dapat diprediksi (Littlejohn, 2002: 145).

Sedangkan mazhab Iowa lebih mengambil pendekatan *scientific*. Tokoh mazhab ini adalah Manford Kuhn dan Carl Couch. Kedua tokoh itu meyakini bahwa konsep interaksionis bisa dioperasionalisasikan. Gary Fine menekankan bahwa interaksi simbolik telah tergabung dengan studi mengenai kelompok yang mengordinasi tindakan mereka. Bagaimana realitas dikonstruksi, bagaimana konsep diri diciptakan, bagaimana struktur sosial dalam skala besar dibentuk, dan bagaimana kebijakan publik bisa dipengaruhi. Namun, penelitian ini lebih melakukan pendekatan pada mazhab Chicago dengan merunut pada Blumer dan Mead.

Interaksi simbolik berdasar pada tiga premis sederhana (Blumer, 1969: 2). Pertama, perilaku manusia selalu mengarah pada makna yang mereka miliki atau manusia (*human being*) bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang mereka. Sesuatu (*thing*) yang dimaksudkan adalah obyek fisik seperti pohon atau kursi, makhluk hidup sebagai teman berinteraksi, dan obyek yang sifatnya abstrak seperti keadilan, kebenaran, identitas, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Premis kedua adalah makna yang ada datangnya dari suatu proses interaksi sosial. Makna dalam interaksi simbolik tidak menyatakan sebagai hal yang melekat pada suatu obyek, bukan juga sebagai sebuah proses psikologi, melainkan makna dilihat sebagai hasil dan kreasi yang dibentuk di dalam dan melalui aktivitas orang-orang yang ada dalam suatu proses interaksi. Jadi, makna tidak pernah absolut karena makna dicapai berdasarkan suatu proses negosiasi dalam suatu interaksi. Sedangkan premis ketiga mengatakan bahwa makna

itu sendiri dikelola dan dimodifikasi melalui proses interpretasi yang digunakan dalam menghadapi obyek sosial untuk bertindak dalam suatu proses interaksi.

Proses interpretasi sendiri mempunyai dua tahapan, pertama melihat makna dari obyek yang ada atau manusia mengindikasikan sesuatu pada dirinya sendiri ke arah mana dia akan bertindak.. Dalam elemen psikologi, ini dinamakan interplay atau suatu proses komunikasi dengan diri sendiri (Sedyaningsih, 2010: 45). Yang kedua, melihat makna dari satu kesatuan yang melekat dari obyek tersebut. Artinya, saat proses komunikasi dalam diri sendiri interpretasi menjadi suatu cara dalam menghadapi makna yang ada. Dalam hal ini, manusia memilih, melihat, mengembangkan, mengelompokkan, dan mentransformasikan makna dalam situasi di mana dia berada dan arah dari tindakannya. Permainan makna menjadi bagian dalam suatu tindakan melalui proses interaksi dalam diri sendiri. Interaksi simbolik adalah produk sosial yang dibentuk oleh dan melalui aktivitas manusia yang saling berinteraksi (Blumer, 1969: 3).

Seperti yang disebutkan sebelumnya, Blumer (1969: 10) mengategorikan obyek menjadi tiga, obyek fisik, obyek sosial, dan obyek yang abstrak. Setiap obyek memiliki makna. Makna tersebut belum tentu mempunyai kesamaan bagi setiap individu karena makna terhadap suatu obyek bagi individu tergantung dari dengan siapa mereka berinteraksi sehingga obyek dilihat sebagai hasil kreasi sosial. Aktivitas manusia selalu berhadapan dengan situasi yang didasarkan pada tindakan yang mereka amati. Bagaimana mereka menerima dan menginterpretasikan apa yang mereka amai. Yang pasti, proses interpretasi terjadi dalam suatu lingkungan sosial, bukan pada dirinya sendiri.

Ada empat konsep utama dalam interaksi simbolik. Pertama, individu bertindak berdasarkan makna dari suatu obyek. Kedua, asosiasi orang-orang yang diperlukan untuk membentuk suatu proses dalam mengindikasikan satu dengan lainnya. Ketiga, tindakan sosial dikonstruksi melalui suatu proses di mana seseorang mengamati, menginterpretasi situasi yang ada di hadapannya. Keempat, adanya hubungan yang kompleks dari berbagai organisasi, lembaga, dan yang lainnya.

Mead memperkenalkan konsep “*society*”, “*self*”, dan “*mind*” (Littlejohn, 2002: 146). Ketiga kategori tersebut memiliki aspek berbeda dengan *social act* (tindakan sosial). *Social act* merupakan sebuah konsep payung yang mencakup hampir semua proses psikologis dan sosial. *Act* merupakan sebuah unit perbuatan yang tidak dapat dipecah lagi. Dalam bentuk paling sederhana, sebuah *social act* mencakup tiga bagian hubungan. Pertama, ada sikap atau *gesture* dari individu. Kedua, ada respon terhadap *gesture*. Ketiga, hasil yang merupakan

makna bagi *act*. Makna tidak menetapkan pada suatu objek apapun tetapi menetapkan dalam relasi triadik tersebut. Sementara itu, *joint action* merupakan penentu terbentuknya masyarakat. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa struktur merupakan produk dari interaksi. Proses-proses sosial dalam kehidupan kelompok sosial yang menciptakan dan menegakkan aturan, dan bukan aturan yang menciptakan dan menegakkan kelompok kehidupan.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari ketiga aspek tersebut. Konsep “*self*” dan “*society*” merupakan sebuah proses, bukan sebagai struktur. Struktur merupakan produk dari interaksi dan perilaku lah yang membentuk struktur. Aspek-aspek tersebut merupakan aspek yang berbeda tetapi merupakan sebuah proses yang umum, yaitu *social act* (Littlejohn, 2002).

Konsep pertama Mead adalah *Society*. *Society* merupakan sebuah kelompok kehidupan yang berdasarkan perilaku kerja sama antar anggota kelompoknya. Kerja sama manusia mengharuskan kita memahami niat orang lain, yang juga mencari tahu apa yang akan kita dan orang lain lakukan di masa depan. Jadi, kerja sama di situ terdiri dari bagaimana kita membaca tindakan orang lain dan niat meresponnya dengan cara yang tepat. Makna juga bagian penting yang merupakan hasil dari interaksi melalui simbol yang digunakan. Kita menggunakan makna untuk menginterpretasikan apa yang terjadi di sekitar kita. Yang jelas, kita tidak akan bisa berkomunikasi tanpa berbagi makna dan simbol yang kita gunakan (Littlejohn, 2002: 148).

Konsep kedua adalah *self*. Kita mempunyai *self* karena kita bisa merespon diri kita sendiri sebagai obyek sekaligus sebagai subyek. Konsep diri bisa disebut sebagai variabel dependen versus konsep diri sebagai variabel independen. Istilah lain *self* ini adalah *generalized other* yaitu sebuah komposisi perspektif bagaimana cara kita melihat diri sendiri dan keseluruhan persepsi terhadap cara orang lain melihat kita. *Self* adalah sesuatu yang dibangun, bukan dibawa sejak lahir, tetapi karena ada proses pengalaman sosial dan aktivitas yang berkembang serta hasil dari interaksi. Interaksi simbolik fokus pada cara bagaimana orang membentuk makna melalui interaksi, sehingga orang bertindak sesuai dengan apa yang dia pahami melalui proses interaksi yang di dalamnya terdapat simbol-simbol. Konsep *self* menyangkut perencanaan tindakan individu terhadap diri meliputi identitas, kepentingan dan hal yang tidak disukai, tujuan, ideologi, dan evaluasi diri. Mead menegaskan dalam pembentukan *self* ada dua tahap yaitu dibentuk melalui pengorganisasian sikap-sikap tertentu dari pihak lain terhadap dirinya dalam tindakan sosial tempat mereka saling berinteraksi.

Yang kedua dibentuk melalui sikap-sikap sosial dari kelompok sosial yang ada secara keseluruhan.

Mead menyatakan *Self* memiliki dua muka, yaitu “*I*” dan “*me*” (O’Brien & Kollock, 2001: 292). “*I*” tidak terorganisir, tidak terarah, dan tidak dapat diperkirakan. Sedangkan “*me*” ada karena berinteraksi dengan pihak lain. Setiap tindakan selalu diawali dengan dorongan yang lahir dari dalam (*I*) dan secara cepat dikontrol oleh “*me*”. “*I*” adalah kekuatan dalam bertindak, sedangkan “*me*” memberikan arahnya. Mead menggunakan konsep “*me*” untuk menjelaskan secara sosial perilaku yang diterima dan “*I*” menjelaskan kreativitas dan dorongan yang sulit diprediksi. Konsep yang terakhir adalah *mind*. *Mind* bukanlah sesuatu, tetapi merupakan proses. *Mind* adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, di mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain.

Pentingnya interaksi simbolik dalam proses interaksi harus nyata karena suatu masyarakat atau komunitas apapun bentuknya terdiri atas banyak orang yang di dalamnya terjadi interaksi satu dengan lainnya yang menggunakan berbagai tindakan simbolis baik itu individu yang berlaku secara individual atau agen dari suatu organisasi. Kehidupan dalam komunitas adalah suatu proses yang luas dalam menginterpretasikan dan membuat suatu keputusan apa yang harus dilakukan karena semua tindakan berdasarkan pada perilaku mereka dalam komunitas tersebut. Perilaku individu dibentuk melalui proses yang terus menerus berlangsung (Sedyaningsih, 2010: 48).

Dan yang paling penting adalah makna akan muncul karena adanya interaksi. Sehingga interaksi simbolik melihat makna sebagai produk sosial yang dibentuk melalui aktivitas dalam berinteraksi yang di dalamnya terjadi proses interpretasi. Barthes (1988) menjelaskan dua tingkatan dalam melihat suatu makna, yaitu denotasi yang menjelaskan hubungan antara penanda atau tanda dan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna secara eksplisit, langsung, dan tidak pasti. Kedua adalah konotasi yaitu makna yang menjelaskan hubungan antara penanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Dari beberapa pemahaman makna tersebut, terlihat bahwa proses pembentukan makna selalu melalui interaksi. Hal ini berarti tidak terlepas dari proses komunikasi.

## 2.2 Konsep Identitas

Secara psikologis, definisi identitas diri secara umum adalah sebuah kelanjutan menjadi seseorang yang tunggal dan pribadi yang sama, yang dikenali oleh orang lain (Erikson *dikutip* Anggraini, 2008: 11). Dalam perspektif psikologi kepribadian, identitas diri merupakan suatu konsep yang digunakan untuk membedakan individu satu dengan individu lainnya. Dengan demikian, identitas diri adalah suatu pengertian yang mengacu pada identitas spesifik dari individu. Identitas diri bisa disebut kesadaran diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sendiri sebagai satu kesatuan yang utuh. Bosma (Anggraini, 2008) menyatakan bahwa dalam perspektif psikologi sosial, identitas diri merupakan ide mengenai *image* yang dimiliki seseorang.

Menurut Charon (2007: 86), "*Identity is the name we call ourselves, and usually it is the name we announce to others that we are as we act in situations*". Identitas adalah nama yang kita sebut pada diri kita sendiri. Biasanya itu adalah nama saat kita mengumumkan kepada orang lain bahwa kita seperti apa yang kita lakukan dalam situasi. Kita menamakan semua objek sosial dan menamakan hal itu membuat kita mengidentifikasi dan mengklasifikasi dunia kita. Hal itu juga berlaku saat orang lain menamakan kita. Penamaan objek memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita, dan memungkinkan kita untuk memahami diri kita dalam lingkungan.

Interaksi simbolik menilai bahwa identitas adalah bagian dari konsep diri. Diri adalah sebuah obyek yang ditunjukkan melalui perbuatan. Identitas adalah penamaan dari diri tersebut, sebutan kita untuk diri kita sendiri. Sama seperti objek-objek sosial yang lain, identitas dibentuk, dipelihara, dan ditransformasi secara sosial (Berger, 1963 *dikutip* Charon, 1998). Identitas adalah penamaan diri yang tidak tercipta oleh siapa saja secara sembarang, melainkan karena adanya *reference group* dan *significant others* bagi seseorang tersebut. Peter Burke (1980) seperti dikutip oleh Charon (1998) menyebutkan bahwa identitas adalah pemaknaan atribut seseorang. Gambaran diri atau *self image* yang dimiliki tiap individu muncul sebagai proses yang tidak hanya ditentukan oleh diri sendiri secara psikologis. *Self image* akan ditentukan oleh diri sendiri secara psikologis.

Identitas mungkin bisa lebih tepat pemaknaannya ketimbang diri (*self*) karena melihat label seperti apa yang dimiliki individu. Stone (1962, *dikutip* Charon, 1998: 87) menekankan bahwa identitas adalah lokasi sosial dan individu akan selalu menjawab pertanyaan "Siapa saya?" dengan mengidentifikasi diri mereka sendiri dalam sebuah kelompok sosial. Seperti contohnya, pernyataan "Saya adalah seorang Wanita" merupakan penegasan kategori sosial

yang mengacu pada tindakan bahwa wanita merupakan bagian penting dalam sebuah kelompok ketimbang hubungan antar individu. Stone sendiri membagi tiga tipe identitas: identitas dasar seperti usia dan jenis kelamin, identitas umum seperti ayah atau pendeta, dan identitas independen seperti pekerja paruh waktu. Sedangkan Stryker (*dikutip* Charon, 1998) menggunakan istilah *identity salience* (ciri khas) dan *identity commitment* (komitmen).

*Salience* mengacu pada tingkat kepentingan identitas yang diberikan pada sebuah situasi. Beberapa identitas menjadi penting dalam sebuah keadaan. Semua individu memiliki hierarki *salience* dengan beberapa identitas yang paling atas, dan identitas yang paling bawah. Seperti misalnya, seseorang mengidentifikasi dirinya sebagai seorang ayah, suami, guru, dan ahli sosiologi. Keempat identitas tersebut menempati tempat paling atas dalam sebuah hierarki *salience* itu tadi. Sedangkan beberapa identitas seperti pemilik rumah, pegolf, anggota organisasi mungkin menempati *salience* paling bawah tergantung situasinya. Sementara *commitment* adalah sejauh mana identitas tertentu yang penting bagi individu dalam hubungannya dengan orang lain. Ketika seseorang berada di lingkungan keluarga, identitas sebagai anggota keluarga merupakan yang terpenting. Ketika berada di lingkungan sekolah dan mahasiswa, identitas sebagai profesor merupakan yang terpenting.

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, konsep identitas merupakan pertanyaan ke arah diri sendiri atau *self* yang menekankan bahwa identitas dibentuk oleh mereka sendiri. Konsep kedua adanya pertanyaan mengenai *kesamaan* atau "*sameness*" yang merupakan suatu pertanyaan dari aspek sosiologi, di mana identitas menjadi sesuatu yang dapat dilihat sebagai poin yang memperhatikan keterbukaan individu terhadap dunia luar melalui hubungan individu lainnya dalam suatu masyarakat. Ketiga adalah pertanyaan mengenai *solidaritas* yang lebih menitikberatkan pada hubungan dan perbedaan sebagai dasar dalam pembentukan aksi sosial. Berdasarkan tiga konsep tersebut, maka identitas dapat disimpulkan sebagai suatu konsep diri yang terbentuk di lingkungan tempat dia berada yang dapat membedakan satu dengan lainnya (Sedyaningsih, 2010: 57).

Brewer dan Gardner (1996) membedakan *self* dalam tiga bentuk:

1. *The individual self* → Diri sendiri yang membedakan seseorang dengan orang lain.
2. *The relational self* → Hubungan dua orang atau lebih yang mengasimilasikan *self* dengan orang lain.
3. *The collective self* → Anggota dari suatu kelompok yang membedakan kelompoknya dengan kelompok lain.

Setiap orang memiliki ketiga bentuk diri di atas. Tetapi, ketika diminta untuk mendefinisikan diri muncul kecenderungan tertentu yang khas berdasarkan latar belakang budaya. Selain tergantung pada latar belakang budaya, cara seseorang mendefinisikan diri juga tergantung pada situasi dan konteks sosial. Salah satu situasi dan konteks sosial yang berpengaruh adalah hubungan yang dimiliki dengan orang lain. Selain kedua hal di atas, keyakinan seseorang tentang bagaimana orang lain akan memperlakukan dirinya sebagai bentuk antisipasi terhadap penerimaan atau penolakan orang lain. Hal itu membuat seseorang cenderung memilih-milih identitas diri yang diungkapkan, misalnya ketika akan berinteraksi dengan kelompok anak musik, maka seseorang akan mengungkapkan identitasnya sebagai anak musik agar diterima di kelompok tersebut.

Dalam teori komunikasi tentang identitas, komunikator selalu menyertakan identitas personalnya, tetapi identitas sendiri memerlukan pengukuran yang luas baik secara budaya maupun dari pihak lain. Michael Hecht (Littlejohn, 2008: 89) menyebutkan ada tiga hal yang saling berkaitan dalam konteks budaya, yakni *individual*, *communal*, dan *societal*. Menurut Hecht, identitas adalah kerja sama antara individu dan masyarakat dan komunikasi menjadi penghubungnya. Identitas adalah kode yang menandai keberadaan seseorang dalam suatu komunitas, kode sendiri berisi simbol-simbol. Identitas berisi makna yang dipelajari, diinternalisasikan sebagai subyek dari *self* lalu makna diproyeksikan saat berkomunikasi.

### 2.2.1 Pembentukan Identitas

Pembentukan identitas merupakan awal mula perkembangan ego. Pembentukan identitas merupakan suatu proses pencarian kejelasan dan pengintegrasian diri menjadi manusia secara utuh. Dalam prosesnya, pembentukan identitas diri telah terjadi secara kompleks, dinamis, dan berlangsung sepanjang hidup (Marcia, 1993, *dikutip* Utami, 2011). Pembentukan identitas diri pun memiliki dua komponen penting, yaitu eksplorasi dan komitmen.

#### a. Eksplorasi

Marcia (1993, *dikutip* Utami, 2011) mendefinisikan eksplorasi sebagai “*a period of struggling or active questioning in arriving at decision about goals, values, and beliefs,*” yakni merupakan periode pada saat seseorang semangat dan aktif bertanya untuk mendapatkan keputusan tentang tujuan, nilai, dan kepercayaan. Pada proses eksplorasi ini

individu berusaha menjelajahi berbagai alternatif pilihan hingga pada akhirnya bisa menetapkan satu pilihan tertentu dan memberikan perhatian besar terhadap keyakinan dan nilai-nilai yang diperlukan dalam pilihan tersebut. Seseorang dikatakan tidak mengalami eksplorasi ketika seseorang tidak pernah merasa penting untuk melakukan eksplorasi pada berbagai alternatif identitas tentang tujuan yang ingin dicapai, nilai, atau kepercayaan seseorang.

#### b. Komitmen

Marcia (1993, dikutip Utami, 2011) mendefinisikan komitmen sebagai “*making a relatively firm choice about identity element and engaging in significant activity directed toward implementation of that choice,*” yakni komitmen ditunjukkan dengan adanya pilihan yang dibuat tentang elemen identitas dan ketetapan aktivitas langsung yang signifikan kepada implementasi dari pilihan tersebut. Selanjutnya, individu dikatakan memiliki komitmen jika elemen identitasnya berfungsi mengarahkan tindakannya, kemudian tidak membuat perubahan yang berarti terhadap elemen identitas tersebut. Dengan kata lain, komitmen ini merujuk pada kesungguhan remaja untuk melaksanakan keputusan yang telah ditetapkan dengan mantap dari berbagai alternatif pilihan yang ada dan teguh untuk terlihat dalam aktivitas-aktivitas yang diarahkan untuk implementasi keputusan tersebut. Sedangkan seseorang dikatakan tidak memiliki komitmen ditunjukkan dengan keragu-raguan yang dialami seseorang, tindakan yang terus berubah-ubah, tidak terarah, dan menganggap komitmen personal bukanlah sesuatu hal yang penting.

### 2.2.2 Institusi Pembentuk Identitas

Samovar (2010) menyatakan bahwa salah satu tanggung jawab penting dari budaya adalah membantu individu dalam masyarakat untuk menemukan identitasnya. Identitas tidak langsung melekat pada diri seseorang sejak lahir, tetapi pembentukannya lebih rumit karena melalui proses sosialisasi. Setiap individu mengenal identitas khususnya identitas-identitas yang signifikan dan benar-benar penting baginya untuk lingkungan sosial. Pada tahap awal, seseorang selalu mempertanyakan siapa dirinya dan jawaban itu didapat melalui institusi-institusi seperti keluarga, kelompok etnis dan budaya, serta media massa.

### 1. Keluarga dan Teman

Keluarga adalah institusi yang paling tua dan paling penting bagi kehidupan manusia. Keluarga adalah institusi pertama bagi seseorang dalam mengenal identitasnya. Keluarga adalah tempat bagi seorang individu untuk menemukan nilai, kepercayaan, dan peran sosialnya. Bimbingan dari keluarga sudah dimulai sejak kecil misalnya saat kedua orang tua mengarahkan bagaimana seharusnya seorang anak berperilaku. Orang tua merupakan figur yang penting dalam pembentukan identitas diri. Stuart Hauser (2001, dikutip Djuaher, 2003: 18) mengatakan bahwa orang tua membantu perkembangan identitas seorang anak. Terutama pada orang tua yang memiliki perilaku *enabling* seperti menjelaskan, menerima, dan berempati. Perilaku *enabling* lebih membantu perkembangan pembentukan identitas seorang anak ketimbang perilaku *constraining* seperti menghakimi dan menilai buruk. Gaya interaksi dalam keluarga yang memberikan mereka hak untuk memilih, hak untuk bertanya, dan hak untuk menjadi beda akan menghasilkan pola perkembangan identitas yang sehat.

Teman (*peer groups*) juga menjadi institusi penting bagi seseorang. Menurut psikologi perkembangan, masa remaja merupakan fase kritis dalam perkembangan kehidupan manusia. Hal itu dikarenakan masa remaja adalah masa pencarian identitas diri dan masa *peer group* ketika remaja mulai mencari serta membentuk kelompok bermain. Kekritisitas terjadi dalam proses pembentukan identitas diri dan proses interaksi dalam kelompok bermainnya. Kemudian, mereka akan cenderung membela dan mengutamakan kelompok bermainnya. Bahkan, remaja lebih mengutamakan dan mempercayai kelompoknya daripada orang tuanya.

### 2. Kelompok Etnis dan Budaya

Jen Phiney (2001, dikutip Djuaher, 2003) mengungkapkan bahwa kelompok etnis merupakan salah satu segi yang ikut menjadi faktor pembentukan identitas seseorang. Phiney mendefinisikan identitas etnis sebagai aspek dasar dari *self* yang mencakup perasaan sebagai anggota kelompok etnis tertentu dan sikap atau perasaan yang berhubungan dengan keanggotaan tersebut. Dalam konteks suporter sepak bola, kelompok etnis bisa memengaruhi pembentukan identitas seseorang. Seperti misalnya, etnis Sunda yang tinggal di Bandung biasanya mendukung klub Persib Bandung atau etnis Palembang biasanya memiliki identitas sebagai suporter klub Sriwijaya FC.

### 3. Media Massa

Komunikasi sangat diperlukan dalam pembentukan identitas. Media massa memiliki peranan penting dalam pengembangan identitas diri. Dengan semakin berkembangnya teknologi, seseorang mendapat terpaan informasi yang demikian luas, berbagai ide, pandangan, pendapat, serta gambaran tentang dunia selain lingkungan tempat tinggal. Seseorang dapat mengenal beragam macam orang melalui media massa sehingga dalam kadar tertentu media memiliki peran dalam pembentukan identitas diri (Effendi, 2011: 30).

Perpanjangan dari pengaruh media terhadap individu mungkin tidak bisa dijabarkan dengan seksama, karena setiap individu berbeda satu sama lain termasuk penggunaan media mereka pun bisa sangat beragam. Walaupun begitu, pengaruh media memang tak terelakkan. Banyak individu, terutama kaum muda yang biasanya mencari panutan (*role model*) dari media, misalnya melalui para selebriti. Mereka melakukan berbagai cara untuk mendapatkan kesesuaian dengan panutan yang mereka sukai (Hamley, 2001). ketika kaum muda memulai akses dan ketertarikan dengan media, bisa dikatakan pula bahwa dalam derajat tertentu, perilaku dan rasa tentang diri mereka, dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat, baca, atau dengar. Pengaruh semacam ini pun beragam caranya, bisa terlihat dari cara mereka bertindak, cara pandang dalam menghadapi suatu hal, pilihan musik yang didengar, hingga cara berpakaian. Aspek-aspek inilah yang kemudian berjalan mengarah kepada konstruksi identitas pribadi seseorang.

#### 2.2.3 Status-Status Identitas

Sebagai usaha untuk mendeskripsikan identitas diri sebagai sebuah konstruk yang dapat diterima dalam khazanah ilmiah yang menekankan objektivitas dan keterukuran, Marcia (1994, dikutip Bosma, 1994), menjelaskan bentuk identitas diri berdasarkan dua kriteria yaitu: eksplorasi dan komitmen. Eksplorasi merujuk pada taraf sejauh mana individu mencari dan mengalami berbagai alternative petunjuk dan keyakinan. Sedangkan komitmen mengarah pada keterkukuhan seseorang pada pilihan atas satu diantara beberapa alternatif petunjuk dan keyakinan. Berdasar dua kriteria tersebut, diformulasi empat status identitas diri (Yuniardi, 2010: 19) yaitu:

##### 1. Foreclosure

Individu yang memegang kuat sebuah komitmen arah identitas diri namun komitmen ini dicapai tanpa proses pencarian, mereka menerima, umumnya tanpa pertanyaan, nilai-nilai

dan arahan yang ditanamkan dari semasa kanak-kanaknya. Identitas diri dicapai lebih sebagai hasil adopsi ketimbang pencarian. Status ini adalah yang paling umum dimiliki banyak orang. Mereka biasanya berperilaku teroganisir dengan baik, rapi, bersih, dan biasanya konvensional. Arah perilaku mereka biasanya memiliki tujuan. Tujuan ini lebih mengandung unsur norma dan moral yang mereka adopsi dari nilai-nilai yang umumnya dari orang tua dan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, mereka cenderung sulit menerima hal-hal baru di luar nilai yang telah mereka yakini. Dalam hubungan sosial, mereka cenderung konvensional dan *stereotype*, kurang melibatkan faktor psikologis secara mendalam, cenderung memilih rekan yang senilai dan memegang keyakinan sama.

## 2. *Moratorium*

Individu yang sedang dalam periode eksplorasi namun komitmen mereka belum terbentuk, namun demikian secara aktif individu tersebut berjuang untuk mencapai suatu identitas matang. Individu-individu jenis inilah yang berada dalam proses transisi dan dikatakan mengalami krisis identitas diri. Beberapa orang membutuhkan waktu berbeda untuk biasanya pindah ke status *identity achievement* yang secara normatif selesai pada masa remaja akhir. Ada yang berhasil, dan ada pula yang memerlukan waktu lama hingga ada yang terus berlanjut pada masa-masa lebih lanjut. Dalam penampilan sehari-hari, perilaku mereka merupakan gabungan antara *rebellion* (menentang) dan konformitas. Oleh karena itu, ketika berhubungan dengan orang lain, mereka sulit untuk memelihara komitmen jangka panjang.

## 3. *Identity Diffusion*

Individu yang sedang mengalami eksplorasi yang semuanya bersifat sementara dan sesungguhnya ini lebih merupakan pengembaraan dari eksplorasi. Tanda dari status *identity diffusion* adalah komitmen yang terlalu dini namun dangkal sehingga justru kurang komitmen. Termasuk dengan nilai-nilai moralitas dan hubungan intim, individu dengan status ini tampil aneh, cenderung mengisolasi diri dari lingkungan dan menghindari kontrak dengan orang lain, namun sebaliknya kontak secara kompulsif dan dangkal.

## 4. *Identity Achievement*

Individu yang telah menjalani eksplorasi signifikan dan telah membuat komitmen identitas dan ideologi yang tetap. Individu ini telah melewati dengan sukses masa *identity diffusion*. Mereka tampil solid, stabil, dan matang dalam menyelaraskan cita-cita diri dengan

peran sosial normatif. Individu ini mampu memberi alasan atas pilihan mereka dan mampu menjelaskan bagaimana tujuan tersebut akan diraih. Dalam menjalin hubungan, individu dengan status identitas ini mampu menjalin hubungan yang luas dengan orang lain.

Pandangan kajian budaya kontemporer atau *cultural studies* menilai bahwa pandangan kita mengenai diri kita adalah identitas diri (*self-identity*), sedangkan harapan dan pandangan orang lain mengenai diri kita sendiri disebut identitas sosial (Barker, 2005). Menjelajah identitas berarti menyelidiki bagaimana kita melihat diri kita sendiri dan bagaimana orang lain melihat diri kita. Berdasarkan pandangan ini, *cultural studies* kemudian memaparkan empat konsep mengenai identitas dan subjektivitas sebagaimana diuraikan di bawah ini.

Pertama, *person/personhood* adalah sebagai produk budaya. Menjadi seorang *person* (subjek) sepenuhnya bersifat sosial dan kultural. Kedua, identitas adalah suatu entitas yang dapat diubah-ubah menurut sejarah, waktu dan ruang tertentu. Ketiga, identitas adalah sebuah proyek diri (Giddens *dikutip* Anggraini, 2008). Bagi Giddens, individu akan berusaha untuk menyusun lintasan biografi diri dari masa lalu ke masa depan yang telah diantisipasi. Dengan lintasan biografi tersebut, identitas tidak lagi dipahami sebagai suatu “ciri tetap” atau sekumpulan “ciri khas” yang dimiliki individu, akan tetapi merupakan “diri” (pribadi) sebagaimana dipahami orang secara reflektif terkait dengan biografinya. Keempat, identitas bersifat sosial. Kita disusun menjadi individu (subjek) melalui proses sosial. Proses itu terjadi dalam diskursus bahasa yang memungkinkan kita melakukan interaksi dengan yang lain, yang memungkinkan suatu biografi diri terbentuk (Anggraini, 2008).

### 2.3.4 Sisi Gelap Identitas

Identitas tidak selalu memiliki hal-hal yang positif. Identitas juga memiliki hal-hal negatif yang biasa disebut sebagai sisi gelap identitas. Di antaranya adalah prasangka, stereotip, rasisme, dan diskriminasi.

#### 1. Prasangka

Definisi klasik prasangka pertama kali dikemukakan oleh Gordon Allport (*dikutip* Sutarno). Istilah tersebut berasal dari *prejudicium* yakni pernyataan atau kesimpulan tentang sesuatu berdasarkan perasaan atau pengalaman yang dangkal terhadap orang atau kelompok tertentu. Prasangka adalah antipati berdasarkan generalisasi yang salah atau tidak luwes.

Antipati itu dapat dirasakan atau dinyatakan. Antipati bisa langsung ditujukan kepada kelompok atau individu dari kelompok tertentu. Antipati juga bukan sekadar antipati pribadi, tetapi juga antipati kelompok (Johnson, 1986 *dikutip* Sutarno, 2007) mengatakan prasangka adalah sikap positif atau negatif berdasarkan keyakinan stereotip seseorang tentang anggota dari kelompok tertentu. Prasangka meliputi keyakinan untuk menggambarkan jenis perbedaan terhadap orang lain sesuai dengan peringkat nilai yang diberikan. Prasangka yang berbasis ras disebut rasisme, sedangkan yang berbasis etnis disebut etnisisme.

## 2. Stereotip

Kata “*stereotype*” berasal dari dua rangkaian kata Yunani, yaitu *stereos* dan *typos*. *Stereos* bermakna solid sedangkan *typos* bermakna “*the mark of a blow,*” atau makna yang lebih umum yaitu “*a model*” (Schneider, 2004: 8). Stereotip merupakan salah satu bentuk prasangka antar etnik atau ras. Orang cenderung membuat kategori atas tampilan karakteristik perilaku orang lain berdasarkan kategori ras, jenis kelamin, kebangsaan, dan tampilan komunikasi verbal maupun non verbal. Stereotip merupakan salah satu bentuk utama prasangka yang menunjukkan perbedaan “kami” (*in group*) yang selalu dikaitkan dengan superioritas kelompok *in group* dan yang cenderung mengevaluasi orang lain yang dipandang inferior yaitu “mereka” (*out group*). Stereotipe adalah pemberian sifat tertentu terhadap seseorang berdasarkan kategori yang bersifat subyektif, hanya karena dia berasal dari kelompok yang lain. Pemberian sifat itu bisa sifat positif maupun negatif.

Menurut Samovar, Porter dan McDaniel (2010: 169), orang sebagai sebuah kelompok tertentu akan menunjukkan identitas ketika berhadapan dengan kelompok lain yang memiliki identitas berbeda. Perbedaan tersebut kerap menjadi hambatan dalam menjalin komunikasi dan interaksi antarkelompok dan budaya. Karena, setiap kelompok cenderung memiliki preferensi dan pemahaman yang dibentuk melalui stereotip yang mengarah pada prasangka. Inilah sisi gelap dari identitas.

## 3. Rasisme

Kata ras berasal dari bahasa Perancis dan Italia “*razza*”. Pertama kali istilah ras diperkenalkan Francois Bernier, antropolog Perancis, untuk mengemukakan gagasan tentang perbedaan manusia berdasarkan kategori atau karakteristik warna kulit dan bentuk wajah (Sutarno, 2007). Setelah itu, orang lalu menetapkan hierarki manusia berdasarkan karakteristik fisik atas orang Eropa berkulit putih yang diasumsikan sebagai warga masyarakat kelas atas berlawanan dengan orang Afrika berkulit hitam sebagai warga kelas dua. Ada ideologi

rasial yang berpandangan bahwa orang kulit putih mempunyai misi suci untuk menyelamatkan orang kulit hitam yang dianggap sangat primitif. Hal tersebut berpengaruh terhadap stratifikasi dalam berbagai bidang seperti bidang sosial, ekonomi, politik, di mana orang kulit hitam merupakan subordinasi orang kulit putih. Rasisme juga termasuk dalam sisi gelap identitas ketika bagaimana orang menganggap identitas kulit putih yang dimilikinya merasa lebih tinggi derajatnya dari kulit hitam.

#### 4. Diskriminasi

Jika prasangka mencakup sikap dan keyakinan, maka diskriminasi mengarah pada tindakan. Tindakan diskriminasi biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki prasangka kuat akibat tekanan tertentu, misalnya tekanan budaya, adat istiadat, kebiasaan, atau hukum. Antara prasangka dan diskriminasi ada hubungan yang saling menguatkan, selama ada prasangka, di sana ada diskriminasi. Jika prasangka dipandang sebagai keyakinan atau ideologi, maka diskriminasi adalah terapan keyakinan atau ideologi. Jadi diskriminasi merupakan tindakan yang membeda-bedakan dan kurang bersahabat dari kelompok dominan terhadap kelompok subordinasinya (Sutarno, 2007).

### 2.3 Identitas Sosial

Teori identitas sosial (*social identity*) dipelopori oleh Henri Tajfel pada tahun 1957 dalam upaya menjelaskan prasangka, diskriminasi, perubahan sosial, dan konflik antar-kelompok (Sarwono, 1999: 90). Menurut Tajfel, identitas sosial seseorang ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan individu menempatkan diri pada posisi tertentu dalam jaringan hubungan-hubungan sosial yang rumit. Konsep diri seseorang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. Identitas sosial berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli, dan rasa bangga dari keanggotaan dalam kelompok tertentu.

Hogg (1995 *dikutip* Jacobson, 2003: 3) menjelaskan bahwa teori identitas sosial merupakan sebuah teori psikologi sosial hubungan antara kelompok, proses kelompok, dan diri sosial. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa identitas dibentuk berdasarkan keanggotaan kelompok. Menurut teori identitas sosial, individu dimotivasi untuk berperilaku dalam mempertahankan dan mendorong harga dirinya (*self-esteem*). Memiliki harga diri yang tinggi merupakan suatu persepsi tentang dirinya sendiri, seperti seseorang yang menarik, kompeten, menyenangkan, dan memiliki moral yang baik. Atribut tersebut membuat individu lebih

tertarik terhadap dunia sosial di luar dirinya yang membuat dia memiliki keinginan untuk menjalin hubungan yang positif dengan individu lainnya. Ketika seseorang tidak memiliki harga diri maka menyebabkan seseorang menjadi terisolasi.

Teori identitas sosial memiliki tiga komponen utama, yakni kategorisasi (*categorization*), identifikasi (*identification*), dan perbandingan sosial (*social comparison*) (Tajfel *dikutip* McLeod, 2008).

### 1. Kategorisasi

Pada tahap pertama ini, obyek dikategorisasi untuk memahami dan mengidentifikasi mereka. Dengan cara yang hampir sama, kita mengategorikan orang (termasuk diri kita) untuk memahami lingkungan sosial. Kategori sosial merupakan pembagian individu berdasarkan ras, kelas, pekerjaan, jenis kelamin, agama, dan lain-lain. Jika kita dapat menetapkan seseorang dalam kategori pekerjaan supir bus maka tidak akan berjalan normal tanpa menggunakan kategori dalam konteks bus. Kategorisasi dilihat sebagai sistem orientasi yang membantu untuk membuat dan menentukan tempat individu dalam masyarakat. Dengan kata lain, individu dikategorikan untuk lebih memahami saat berhubungan dengan mereka. Mengingat seseorang dapat menjadi anggota dari berbagai kelompok, maka individu memiliki identitas sosial untuk setiap kelompok.

### 2. Identifikasi

Dalam identifikasi, individu mengadopsi identitas kelompok yang sudah dikategorikan oleh diri kita sendiri. Misalnya, seseorang telah dikategorikan oleh dirinya sendiri sebagai mahasiswa maka kemungkinan orang itu akan mengadopsi identitas mahasiswa dan mulai bertindak dengan cara-cara yang diyakininya sebagai tindakan seorang mahasiswa. Ada makna emosional untuk identifikasi dengan kelompok dan harga diri seseorang akan menjadi terikat dengan keanggotaan kelompok.

### 3. Perbandingan sosial

Tahap akhir adalah perbandingan sosial. Setelah seseorang dikategorikan sebagai bagian dari kelompok dan diidentifikasi dengan kelompok, selanjutnya akan ada kecenderungan untuk membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Jika

harga diri mereka adalah untuk mempertahankan kelompoknya lebih baik dari kelompok lain, maka hal ini penting untuk memahami prasangka. Pasalnya, setelah dua kelompok mengidentifikasi diri mereka sebagai saingan, maka para anggota kelompok juga akan menjaga harga diri mereka.

Teori identitas sosial juga memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka secara pribadi (Tajfel dan Turner, 1979). Setelah bergabung dengan kelompok, individu akan berpikir bahwa kelompok lebih unggul dari kelompok lain. Dengan demikian meningkatkan citra mereka sendiri. Dalam teori identitas sosial, identitas pribadi berasal dari frame klasifikasi diri yang didasarkan pada kesamaan dan perbedaan antar pribadi dengan anggota kelompok lainnya. Jika teori identitas hanya fokus mengenai struktur dan fungsi identitas seseorang di lingkungan masyarakat, identitas sosial berfokus pada struktur dan fungsi identitas yang berkaitan keanggotaan kelompok. Dalam penelitian di bidang olahraga terutama yang membahas *fans* biasanya lebih fokus pada teori identitas sosial. Namun, Jacobson (2003) berpendapat bahwa teori identitas diri juga harus digunakan. Pasalnya, proses pembentukan identitas memerlukan individu untuk menentukan dirinya sendiri dalam hubungan sosial. Saat menciptakan identitas sebagai *fan*, individu akan mengembangkan identitas pribadi, mengidentifikasi sosial, atau keduanya. Teori identitas menunjukkan bahwa individu memiliki pilihan dan mengkaji mengapa mereka membuat pilihan yang mereka lakukan. Pertanyaan-pertanyaan akan muncul mengapa mereka memilih tim tertentu. Selanjutnya, jika identitas sudah tercipta melalui interaksi, interaksi seperti apa yang membuat individu menentukan pilihannya.

Hogg (2002: 125) membagi dua tipe identitas: identitas diri (*personal identity*) dan identitas sosial (*social identity*). Kedua identitas itu nantinya membentuk *self image* (Tajfel *dikutip* Sedyaningsih, 2010). Identitas sosial yang dimiliki oleh seseorang akan selalu dipengaruhi oleh identitas pribadi yang melekat dan pengaruh lingkungan sosial dimana dia mengaitkan diri sebagai bagian dari kelompok. Ketika kita mulai sadar sebagai bagian dari suatu kelompok tertentu, maka mulai dari situlah identitas sosial kita mulai terbentuk. Identitas sosial diasumsikan sebagai keseluruhan bagian dari konsep diri masing-masing individu yang berasal dari pengetahuan mereka terhadap sebuah kelompok, atau kelompok-kelompok sosial bersama dengan nilai dan signifikansi emosional terhadap keanggotaan tersebut (Tajfel *dikutip* Sedyaningsih, 2010).

Normalnya, suatu identitas sosial biasanya menghasilkan perasaan yang positif. Seseorang akan menggambarkan kelompok sendiri yang diidentifikasi memiliki norma yang baik. Misalnya, ketika seseorang berada di sebuah universitas favorit sehingga menjadi bagian dari kelompok tersebut merupakan bagian dari keinginannya. Maka, hal itu membuat diri seseorang nyaman karena senang menjadi bagian dari mereka. Identitas sosial yang melekat pada seseorang merupakan identitas positif yang ingin dipertahankan olehnya. Maka itu, individu yang memiliki identitas sosial positif, baik dalam wacana maupun tindakannya, akan sejalan dengan norma kelompoknya. Jika individu tersebut diidentifikasi dalam suatu kelompok, maka wacana dan tindakannya harus sesuai dengan wacana dan tindakan kelompoknya.

#### **2.4 Pengertian Fans**

Identitas *fan* bermanfaat bagi individu dalam memberikan rasa kepemilikan komunitas. Zillmann, Bryant, dan Sapolsky (1989 *dikutip* Jacobson, 2003: 2) melihat manfaat lain dari kefanatikan (*fandom*), termasuk pengembangan beragam kepentingan dan meningkatkan rasa partisipasi tanpa harus membayar harga mahal. Mereka juga mencatat bahwa kefanatikan tidak mengenal usia, baik yang masih muda, tua, ataupun sakit-sakitan, *fans* akan berusaha untuk berpartisipasi. Kefanatikan memungkinkan individu untuk menjadi bagian dari permainan tanpa memerlukan keahlian khusus. Selain itu, kefanatikan menawarkan manfaat sosial seperti perasaan persahabatan, solidaritas, dan kebanggaan yang bisa meningkatkan harga diri (Jacobson, 2003).

Kefanatikan di dunia olahraga turut memengaruhi pengembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. *Fans* klub olahraga dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal (Zillmann *dikutip* Jacobson, 2003). Literatur terbaru tentang penggemar olahraga telah menjawab kemungkinan alasan tentang mengapa individu menemukan olahraga menjadi menyenangkan. Alasan-alasan ini terkait dengan harga diri, pelarian dari kehidupan sehari-hari, hiburan, kebutuhan keluarga, faktor ekonomi, dan kualitas estetik atau seni. Namun, seorang *fan* biasanya memilih satu tim tertentu untuk digemari.

Giulianotti (2002 *dikutip* Munro, 2000: 5) menyatakan bahwa ada empat tipe *spectators* (penonton), yaitu *supporters* (pendukung), *followers* (pengikut), *fans* (penggemar), dan *flaneurs*. Giulianotti mengategori *spectator* dengan menggunakan dua konsep. Pertama

adalah konsep *hot-cool* yang menetapkan sejauh mana identitas individu ditentukan dan dipengaruhi oleh daya tarik sebuah tim. Istilah “*hot*” dipakai untuk mereka yang memiliki loyalitas dan solidaritas. Sedangkan “*cool*” merupakan kebalikan dari “*hot*”. Konsep kedua adalah *traditional-consumer* yang menentukan tingkatan di mana letak jati diri individu yang didorong oleh kekuatan pasar. Giulianotti menganggap penonton tradisional lebih memiliki identitas budaya, identitas lokal, dan populer jika dibandingkan penonton konsumen yang hanya memiliki hubungan atas dasar pasar kepada klub.

Lain halnya dengan Jacobson (2003: 6). Dia menyimpulkan banyak pandangan bahwa *fan* berbeda dengan *spectator* dalam olahraga. Jones (1997) menyatakan bahwa *spectator* hanya menonton dan mengamati olahraga lalu melupakannya. Sementara *fan* akan memiliki intensitas lebih dan akan mencurahkan sebagian harinya untuk tim olahraga yang digemarinya. *Fanship* juga telah didefinisikan sebagai afiliasi di mana banyak makna emosional dan nilai yang berasal dari keanggotaan kelompok. Spinrad (1981) mendefinisikan *fan* sebagai orang yang berpikir, berbicara tentang olahraga, dan berorientasi terhadap olahraga. Sedangkan Pooley (1978) menunjukkan kebutuhan untuk membedakan antara *fan* dan *spectator*. Dia mengklaim bahwa letak perbedaannya terletak pada tingkat kegairahan. Madrigal (1995) menunjukkan bahwa *fan* mewakili sebuah asosiasi yang melibatkan individu dengan banyak makna emosional dan nilai. Terakhir, Anderson (1979) mencatat bahwa *fan* berasal dari kata “fanatik” sehingga dapat didefinisikan sebagai penggemar fanatik olahraga atau sebagai individu yang memiliki rasa antusiasme berlebihan pada olahraga.

Ada dua faktor yang mampu menimbulkan suatu kefanatikan terhadap olahraga. Pertama adalah level interpersonal atau level jaringan sosial seperti pengaruh dari teman, anggota keluarga yang dapat membentuk identitas, dan lingkungan termasuk letak geografis yang cenderung memaksa individu mendukung tim lokal di daerah tempat tinggalnya. Kedua adalah level simbolik seperti faktor personel, keunikan, nama tim, logo, warna, dan yel-yel klub.

#### a. Level Interpersonal

Di antara beberapa faktor pembentuk identitas, sosialisasi merupakan konsep tak kalah penting. Individu menjadi *fan* melalui sosialisasi termasuk bersama teman dan keluarga. Ada kemungkinan bahwa sosialisasi ini dapat ditelusuri lagi kembali ke masa anak-anak. *Fan* umumnya adalah pria dan secara tradisional disosialisasikan ke dalam olahraga pada usia muda. Anak laki-laki sudah diperkenalkan dengan olahraga pada usia dini, baik

melalui pengaruh orang tua atau saran pemasaran seperti pakaian yang cenderung memilih tema olahraga (Chorbajian, 1978). Agen sosialisasi lain yang membuat kontribusi yang kuat untuk sosialisasi olahraga termasuk masyarakat, teman sebaya, dan model yang dijadikan contoh.

Selain sosialisasi, individu bisa menjadi *fan* dengan menjadi bagian dari sebuah kelompok dan menjadi bagian dari unit kolektif. Perilaku kolektif dapat didefinisikan sebagai perilaku dari dua atau lebih individu yang bertindak secara kolektif, di mana masing-masing saling memengaruhi tindakan yang lain (Blumer, 1969). Selanjutnya ada kebutuhan untuk membedakan antara kolektivitas dalam kelompok kecil maupun dari perilaku budaya karena kelompok adalah lebih dari sekadar kumpulan individu. Maka itu, perilaku kolektif bisa dianggap lebih spesifik untuk kelompok yang lebih besar.

Keuntungan utama dari perilaku kolektif adalah rasa memiliki yang timbul dengan identitas kelompok. Identitas kolektif dikenal karena kemampuan mereka untuk memberikan rasa individu untuk memiliki kelompok. Salah satu tujuan dari identitas kolektif adalah untuk menentukan perbedaan antara “kami” dan “mereka” sehingga menciptakan lawan dan menumbuhkan solidaritas (Snow & Oliver, 1995, *dikutip* Jacobson, 2003: 7). Selain itu, rasa dukungan secara kolektif dapat memperkuat, memberikan pengaruh, dan menghambat tindakan yang diambil secara individu. *Fan* menganggap dirinya menjadi bagian dari tim dan berbagi dalam rasa penderitaan ketika timnya mengalami kekalahan. Ketika pertandingan dimulai, individu menjadi unit kelompok. Selanjutnya, kerumunan *fan* dapat dilihat sebagai kelompok yang tindakannya relatif dapat diprediksi. Keunikan kerumunan *fan* ini adalah kelompok sudah memiliki persamaan seperti kesetiaan dan loyalitas kepada tim sebelum menjadi unit kolektif.

#### b. Level Simbolik

Selain level interpersonal, kefanatikan juga dapat dibuat oleh keinginan untuk menjadi bagian dari lingkungan yang dibentuk oleh tim pemenang. Level simbolik adalah faktor yang menimbulkan kefanatikan terhadap olahraga berdasarkan faktor personel atau pemain, keunikan, nama tim, logo, warna, dan yel-yel klub. Heider (1958 *dikutip* Jakobson, 2003: 9) mengemukakan sebuah teori keseimbangan. *Fans* yang berhubungan dengan tim menggunakan teori identitas sosial yang dikenal sebagai BIRGing (*basking in reflected glory*) dan CORFing (*cutting off reflective failures*). Asumsi pertama dari teori tersebut adalah individu akan berusaha mengatasi sikap yang tidak seimbang atau tidak adil. Dengan

pemikiran ini, Heider mencatat bahwa hubungan yang seimbang lebih memuaskan ketimbang hubungan yang tidak seimbang. BIRGing dan CORFing merupakan induk dari teori keseimbangan Heider yang berfokus pada konsistensi interpersonal. Teori tersebut juga menunjukkan bahwa individu akan mengorganisasi pikiran mereka tentang orang lain secara seimbang dan mereka akan berusaha mengembalikan situasi yang tidak seimbang.

Dalam kaitannya dengan kefanatikan, *fans* berhubungan dengan tim layaknya berhubungan dengan orang lain. BIRGing dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mempublikasikan keberhasilan hubungan mereka dengan orang lain, meski orang lain belum berkontribusi kepada individu tersebut. Ketika seorang *fan* menyukai sebuah tim, keseimbangan didapat setelah *fan* merasa senang dengan hasil pertandingan tim kesayangannya, baik itu berupa kemenangan, seri, atau kekalahan. Jika *fan* merasa tidak senang barulah situasi dikatakan tidak seimbang. Sedangkan CORFing mengacu pada kecenderungan orang lain untuk menghindari sebuah hubungan dengan orang lain karena takut mengalami kegagalan. Penghindaran ini biasanya melibatkan orang menjauhkan diri secara fisik, mental, atau emosional.

#### **2.4.1 Fanatisme Sempit**

Fanatisme dalam arti luas memang diperlukan. Namun, yang salah adalah fanatisme sempit. Fanatisme sempit hanya menganggap bahwa kelompoknya lah yang paling benar, paling baik, dan kelompok lain harus dimusuhi. Gejala fanatisme sempit bisa menimbulkan korban. Kecintaan pada klub sepak bola memang baik, tetapi kecintaan yang berlebihan terhadap kelompoknya dan memusuhi kelompok lain secara membabi buta sangat tidak dibenarkan. Pelemparan yang terjadi terhadap pemain lawan, pengrusakan mobil, atau pengrusakan fasilitas umum merupakan ciri dari gejala fanatisme sempit.

Kecintaan dan kebanggaan kepada kelompok, insititusi, dan komunitas memang baik dan sangat diperlukan. Namun, kecintaan dan kebanggaan itu bila ditunjukkan dengan bersikap memusuhi kelompok lain dan berperilaku menyerang kelompok lain maka fanatisme sempit ini menjadi hal yang destruktif. Terjadinya perseteruan dan perkelahian antar *fans* bisa terjadi karena fanatisme yang sempit.

## **2.5 Komunitas**

Sejak akhir abad ke-19, penggunaan istilah “komunitas” dalam masyarakat berkaitan dengan harapan dan keinginan untuk menghidupkan suasana lebih dekat, akrab, hangat, dan

harmonis antar sesama umat manusia. Sejumlah definisi komunitas muncul, beberapa difokuskan kepada masyarakat yang tinggal dalam wilayah geografis yang sama atau di tempat tertentu. Komunitas sendiri berasal dari kata *community* yang merujuk pada level ikatan tertentu dari hasil interaksi sosial di masyarakat. Komunitas dapat dieksplorasi dalam tiga cara berbeda (<http://www.infed.org/community/community.htm>), seperti:

**Tempat.** Komunitas yang berada pada teritorial atau tempat yang dipahami dalam unsur geografis yang sama. Cara lain untuk penamaan ini adalah “wilayah”. Pendekatan kepada masyarakat telah melahirkan banyak istilah baik dalam studi masyarakat maupun studi geografis.

**Ketertarikan.** Karakteristik lain yakni komunitas dihubungkan oleh faktor-faktor atau ketertarikan yang sama. Seperti keyakinan agama, orientasi seksual, pekerjaan, etnis, dan hobi.

**Keterikatan.** Komunitas memiliki rasa keterikatan pada suatu kelompok, tempat, atau ide. Karena memiliki keterikatan maka mereka memerlukan sebuah pertemuan tatap muka.

Dengan kata lain, komunitas dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata dan berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat. Serta terikat oleh suatu rasa identitas komunitas (Koentjaraningrat, 1990: 148). Dari penjelasan di atas, maka bisa dilihat bahwa individu-individu yang terdapat dalam komunitas saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yang disatukan dengan adanya kesamaan dari nilai-nilai dan ketertarikan tertentu.

Dalam ilmu sosiologi, komunitas dapat diartikan sebagai kelompok orang yang saling berinteraksi yang ada di lokasi tertentu. Namun, definisi ini terus berkembang dan diperluas menjadi individu-individu yang memiliki kesamaan karakteristik tanpa melihat lokasi atau tipe interaksinya. Sebuah komunitas memiliki empat ciri utama, yaitu (Jasmadi, 2008: 15):

1. Adanya keanggotaan di dalamnya. Sangat tidak mungkin ada komunitas tanpa anggota di dalamnya.
2. Saling memengaruhi. Antar anggota komunitas bisa saling memengaruhi satu dengan yang lainnya.
3. Adanya integrasi dan pemenuhan kebutuhan antar anggota.
4. Adanya ikatan emosional antar anggota.

Bisa dikatakan bahwa inti komunitas terletak pada kelompok orang yang memiliki identitas yang hampir sama di mana faktor lokasi tidak terlalu relevan lagi. Yang penting, anggota komunitas harus berinteraksi secara reguler (Jasmadi, 2008: 16). Komunitas memiliki dua atribut yang selalu menyertainya. Pertama, setiap anggota komunitas merasa memiliki keterikatan dalam sebuah skema jejaring timbal balik yang saling memengaruhi satu sama lain dalam suasana keakraban layaknya sebuah hubungan pertemanan. Rasa saling memiliki tersebut akan menentukan eksistensi sebuah komunitas. Kedua, komunitas memiliki fungsi saling berbagi (*sharing*) budaya moral, sistem nilai, dan norma (Etzioni, 2005: 129). Jim Ife dan Frank Toseriero (2008 *dikutip* Hardiyanti, 2012: 30) menjelaskan komunitas sebagai suatu bentuk organisasi sosial yang dicirikan dalam lima hal berikut:

a) Skala Manusia

Sebuah komunitas melibatkan interaksi-interaksi pada suatu skala yang mudah dikendalikan dan digunakan oleh setiap individu. Jadi, skalanya terbatas pada orang yang akan saling mengenal atau akan saling berinteraksi dalam komunitas itu sendiri.

b) Identitas dan Kepemilikan.

Bagi kebanyakan orang, kata *komunitas* akan memasukkan sebuah perasaan memiliki, atau perasaan diterima dan dihargai dalam lingkup kelompok tersebut. Hal ini disebabkan adanya penamaan anggota komunitas. Konsep keanggotaan artinya memiliki, diterima oleh yang lain, dan kesetiaan pada tujuan-tujuan kelompok. Maka itu, komunitas lebih dari sekadar suatu kelompok yang dibentuk untuk kemudahan administratif, tetapi memiliki beberapa ciri dari sebuah perkumpulan atau perhimpunan terhadap orang yang termasuk sebagai anggota dan di mana perasaan memiliki ini penting dan dengan jelas diakui. Jadi, suatu komunitas akan memberikan rasa identitas kepada seseorang. Komunitas tersebut dapat menjadi bagian dari konsep diri seseorang, dan merupakan sebuah aspek penting dari bagaimana seseorang memandang tempatnya di dunia. Tidak adanya identitas pribadi seperti itu biasanya dianggap sebagai salah satu masalah dari masyarakat modern.

c) Kewajiban-kewajiban

Keanggotaan dalam sebuah organisasi mengemban tanggung jawab dan memiliki hak. Peralnya, sebuah komunitas juga menuntut kewajiban tertentu dari para anggotanya sehingga timbul hubungan timbal-balik. Ada harapan bahwa seseorang akan berkontribusi kepada

komunitas dengan cara berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan. Mereka juga akan berkontribusi pada pemeliharaan struktur komunitas. Semua kelompok tentu membutuhkan pemeliharaan jika ingin tetap hidup dan bertanggungjawab atas semua fungsi pemeliharaan suatu komunitas, maka hal itu terletak pada pundak anggotanya. Oleh karena itu, menjadi seorang anggota dari sebuah komunitas seharusnya tidak menjadi pengalaman yang murni pasif, tetapi seharusnya juga melibatkan suatu partisipasi aktif.

#### d) *Gemeinschaft*

Struktur-struktur dan hubungan *gemeinschaft* terkandung dalam konsep komunitas, sebagai lawan dari struktur dan hubungan *gesellschaft* dari masyarakat massa (*mass society*). Sebuah komunitas akan memungkinkan orang berinteraksi sesama anggota dalam keragaman peran yang lebih besar. Adapun peran-peran tersebut tidak dibedakan dan bukan berdasarkan kontrak. Hal ini tidak hanya penting dalam pengertian pengembangan diri, tetapi juga kontak antarmanusia dan pertumbuhan pribadi. Individu-individu juga memungkinkan untuk menyumbang berbagai bakat dan kemampuan untuk keuntungan yang lain dan komunitas tersebut sebagai suatu keseluruhan.

#### e) Kebudayaan

Kebudayaan masyarakat modern diproduksi dan dikonsumsi pada tingkat massal yang terlalu sering mengakibatkan keseragaman dan pemindahan kultur dari pengalaman lokal orang biasa (Nozick, 1992 *dikutip* Hardiyanti, 2012: 32). Suatu komunitas memungkinkan pemberian nilai, produksi, dan ekspresi dari suatu kebudayaan lokal atau berbasis masyarakat, mempunyai ciri-ciri unik yang berkaitan dengan komunitas yang bersangkutan, dan memungkinkan orang untuk menjadi produser aktif dari kultur tersebut ketimbang konsumen yang pasif.

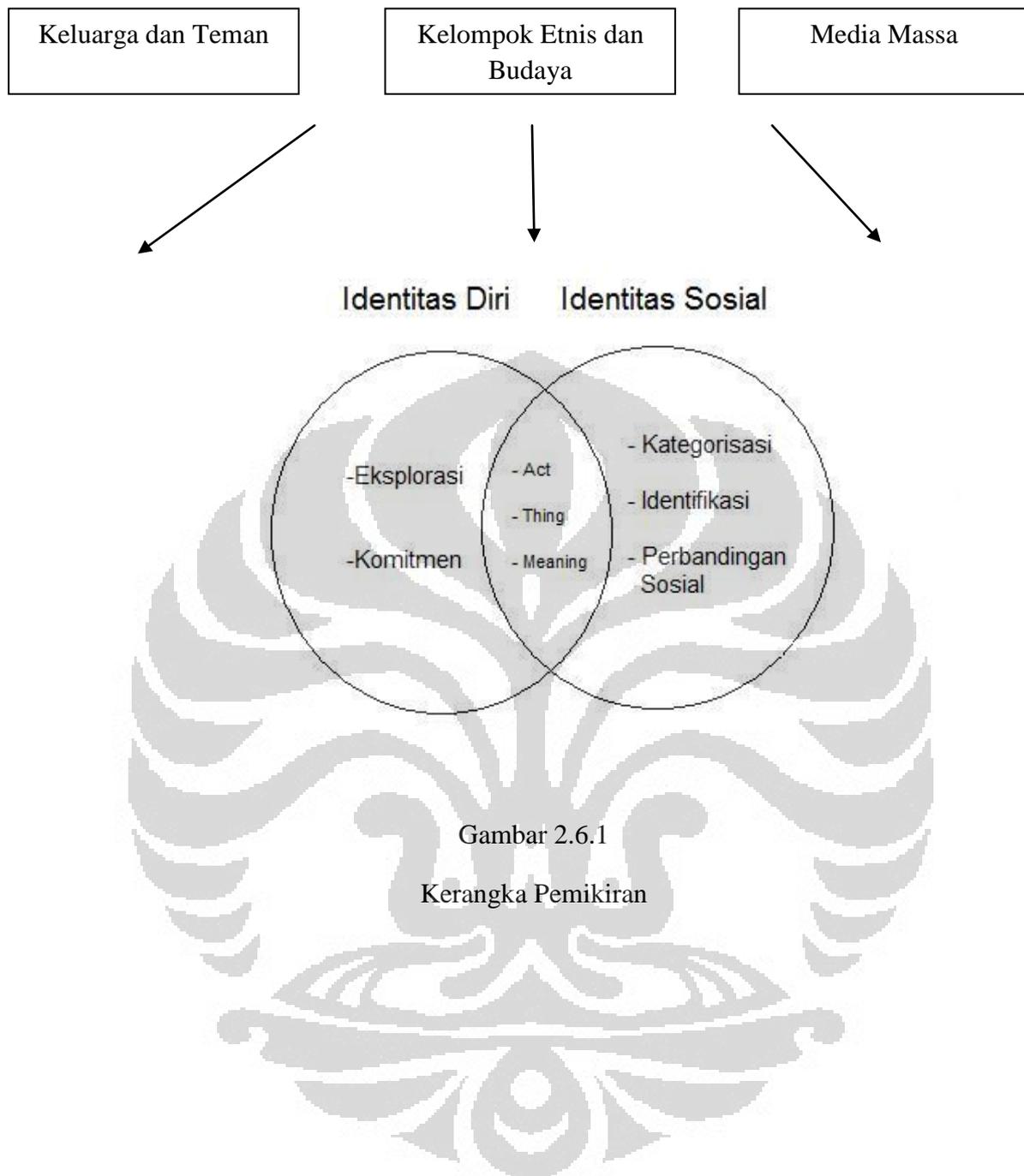
Sosiolog Perancis, Emile Durkheim (Hasbi, 2009 *dikutip* Hardiyanti, 2012: 32) juga mengemukakan konsep-konsep komunitas. Durkheim menjelaskan bahwa dalam membahas komunitas, diperkenalkan 2 konsep penting yakni kesadaran kolektif dan solidaritas sosial. Kesadaran kolektif dijabarkan berdasarkan katanya. Kesadaran atau *conscience* adalah suara hati yang mengingatkan bahwa seseorang terlibat secara kolektif dan menentukan apa yang baik dan yang buruk, sedangkan kolektif menunjuk kepada pengertian kelompok yang luas seperti keluarga, kelompok studi, kerukunan, kelompok musik dan sebagainya. Sehingga,

kesadaran kolektif adalah adanya perasaan dalam suatu komunitas tertentu yang juga membuat individu-individu didalamnya merasakan adanya kewajiban moral untuk melaksanakan tuntutan yang diberikan oleh komunitas tersebut.

## 2.6 Perumusan Kerangka Pemikiran

Setelah membaca keseluruhan uraian di atas, maka perumusan kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Identitas terbentuk dari interaksi. Bagaimana sebuah identitas *fans* sepak bola akan tercipta dari interaksi dengan lingkungan sosialnya. Adapun beberapa institusi sosial turut memengaruhi pembentukan identitas sosial seperti keluarga atau teman, kelompok etnis dan budaya, serta media massa. Pembentukan identitas akan melalui dua tahap, yakni eksplorasi dan komitmen. Kedua tahapan itu diharapkan bisa mengetahui perjalanan individu dalam membentuk identitasnya sebagai *fans* klub sepak bola. Kemudian, setelah memiliki identitasnya sebagai *fans*, individu akan masuk ke dalam komunitas *fans* klub tersebut untuk meneguhkan identitasnya. Teori identitas sosial akan digunakan untuk melihat tahapan individu dalam membentuk dan mengadopsi identitas komunitas tersebut. Henri Tajfel mengungkapkan bahwa identitas sosial seseorang juga ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan individu menempatkan diri pada posisi tertentu dalam jaringan hubungan-hubungan sosial. Pembentukan identitas sosial nantinya akan dibentuk melalui tahapan kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial.

Dalam interaksi sosial sesama anggota JCI, terjadi proses pembacaan bersama akan makna yang tersimbolkan dalam proses komunikasi selama interaksi berlangsung. Dalam interaksionisme simbolik, Juventini melakukan (*act*) terhadap sesuatu (*thing*) yang dapat menghasilkan makna (*meaning*). Herbert Mead mengungkapkan konsep *society*, *self*, dan *mind* dalam interaksionis simbolik untuk menghasilkan makna. Maka itu, ketiga konsep tersebut diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui individu dalam memaknai identitasnya sebagai *fans* Juventus (Juventini).



Gambar 2.6.1  
Kerangka Pemikiran

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Pendekatan Penelitian

Dimensi penilaian sebuah paradigma menurut Dedy H. Hidayat dibagi menjadi beberapa penilaian, yaitu:

1. Epistemologis: Menyangkut asumsi mengenai hubungan antara peneliti dan yang diteliti dalam proses untuk memperoleh pengetahuan mengenai obyek yang diteliti. Semuanya menyangkut teori pengetahuan yang melekat dalam perspektif teori dan metodologi.
2. Ontologis: Berkaitan dengan asumsi mengenai obyek atau realitas sosial yang diteliti.
3. Metodologis: Berisi asumsi-asumsi mengenai bagaimana cara memperoleh pengetahuan mengenai obyek suatu pengetahuan.
4. Aksiologis: Berkaitan dengan posisi *value judgements*, etika, dan pilihan moral peneliti dalam suatu penelitian (Suyanto, 2006: 226)

Penelitian mengenai identitas merupakan penelitian kualitatif. Ketika berbicara mengenai pendekatan penelitian maka paradigma penelitian yang dipilih dapat dijadikan acuan untuk menentukan pendekatan penelitian yang digunakan. Metodologi kualitatif berasal dari pendekatan interpretif. Pendekatan interpretif ini mempunyai dua varian, yakni konstruktivis dan kritis (Kriyantono, 2006: 51). Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis karena peneliti berusaha terlibat dengan subjek yang sedang diteliti (Cresswell, 2009: 12). Apalagi, penelitian ini berbicara mengenai proses dan ingin mengetahui makna dari realitas sosial sehingga konstruktivis menjadi pilihan paradigma dalam penelitian ini. Proses penelitian kualitatif bersifat induktif di mana di dalamnya peneliti menciptakan makna dari data-data lapangan yang dikumpulkan.

Kata *kualitatif* menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, dan frekuensinya. Para peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan. Para peneliti mementingkan sifat penyelidikan yang sarat-nilai. Mereka mencari jawaban atas

pertanyaan-pertanyaan yang menyoroti cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya (Denzin dan Lincoln, 2009: 6).

Proses penelitian ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapapun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menetapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan (Creswell, 2009: 4).

Bogdan dan Taylor (1975) mengemukakan definisinya tentang metodologi kualitatif. Yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004: 4). Di samping itu, metode kualitatif pada umumnya mempunyai validitas yang lebih tinggi, meski reliabilitasnya lebih rendah. Pasalnya, penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap masyarakat dalam kawasan mereka sendiri. Semua berhubungan dengan orang-orang yang ada dalam kawasan tersebut dengan bahasa dan istilah yang mereka miliki.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif mengingat data yang dikumpulkan berupa penjelasan dari narasumber yang dijadikan informan, pengamatan, dan sumber-sumber sekunder lainnya. Berhubung data yang didapat bukan berupa angka melainkan dalam bentuk ordinal atau nominal maka disebut deskriptif kualitatif. Pola penelitian deskriptif bertujuan mengupayakan suatu penelitian dengan cara menggambarkan sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu (Surjabrata dalam Hernandar, 2004). Penelitian deskriptif juga bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

Dalam studi ini, peneliti akan berusaha menggambarkan bagaimana pembentukan identitas *fans* yaitu Juventini kemudian bagaimana memaknai identitas *fans* tersebut berdasarkan interaksi di komunitas JCI. Penelitian ini akan menjelaskan anggota komunitas

sejak awal menyukai klub Juventus hingga bergabung ke dalam komunitas dan meneguhkan identitasnya sebagai seorang Juventini.

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas. Peneliti lalu mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Stake dalam Creswell, 2010: 20). Studi kasus menjelaskan secara komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Peneliti studi kasus berusaha menelaah sebanyak mungkin data mengenai subyek yang diteliti. Studi kasus biasanya menggunakan berbagai metode seperti wawancara, observasi (pengamatan), penelaah dokumen, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terperinci. Maka itu, metode studi kasus dinilai cocok untuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba (1985) mengemukakan beberapa keistimewaan dari studi kasus:

1. Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik. Yakni penelitian yang menyajikan pandangan subyek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dengan obyek yang diteliti.
4. Studi kasus memberikan uraian secara lengkap.
5. Studi kasus terbuka bagi penelitian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode yang akan dilakukan pada penelitian ini. Antara lain:

### 3.4.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dan informan, seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu obyek (Berger dalam Kriyantono, 2006: 98). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif. Pada penelitian kualitatif, wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara mendalam kebanyakan memiliki pola wawancara tidak terstruktur di mana dalam tipe wawancara ini digunakan dengan alasan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal (Moleong, 2009:190). Wawancara tidak terstruktur mirip dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua informan, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap informan.

Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam yang bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara. Hal itu akan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Termasuk karakteristik sosial budaya seperti usia, tingkat pendidikan, gender, dan sebagainya. Wawancara mendalam dan tak terstruktur memungkinkan informan dapat mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya, untuk menggunakan istilah-istilah mereka mengenai fenomena yang diteliti. Tidak sekadar menjawab pertanyaan. Maka itu, peneliti harus mendorong subyek penelitian agar jawabannya cukup lengkap dan terjabarkan.

Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan empat informan anggota komunitas JCI yang dipilih secara acak, tidak memerhatikan usia, jenis kelamin, tempat tinggal, dan sebagainya. Kriteria informan yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah orang yang sudah lama menjadi *fans* Juventus sehingga mampu dan kaya akan informasi yang dibutuhkan peneliti.

### 3.4.2 Pengamatan di Lapangan

Pengamatan (observasi) dalam hal ini adalah dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan tidak menggunakan mediator. Menurut Irawan Suharto (dalam Hernandar, 2004), berdasarkan keterlibatan pengamatan dalam kegiatan-kegiatan orang yang diamati, maka pengamatan dapat dibedakan menjadi

dua. Yaitu pengamatan partisipan (*participant observation*) dan pengamatan tak partisipan (*nonparticipant observation*).

Dalam pengamatan partisipan, pengamat ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subyek yang diteliti atau yang diamati. Seolah-olah bagian dari mereka. Metode ini lebih memungkinkan peneliti mengamati kehidupan individu atau kelompok dalam situasi riil, tanpa dikontrol, atau diatur secara sistematis. Peneliti memungkinkan untuk memahami apa yang terjadi, memahami pola-pola dan interaksi (Kriyantono, 2006: 110). Sedangkan dalam pengamatan tak partisipan, pengamat berada di luar subyek yang diamati dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan.

Penelitian ini menggunakan pengamatan partisipan dengan mengikuti beberapa kegiatan yang dilaksanakan komunitas JCI. Terutama memerhatikan aktivitas yang dilakukan oleh anggota komunitas dalam kegiatan JCI. Adapun kegiatan-kegiatan itu seperti *gathering* nasional dan nonton bareng pertandingan Juventus. Dari kegiatan tersebut diharapkan mendapat tambahan data untuk menunjang data wawancara.

### 3.5 Analisis Data

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam penelitian adalah data kualitatif. Data kualitatif berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi baik yang diperoleh dengan wawancara mendalam maupun observasi. Tahap analisis data memegang peranan penting dalam penelitian kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas atau tidaknya suatu penelitian. Proses analisis data kualitatif bertujuan untuk memberikan makna pada situasi bukan mencari kebenaran yang difokuskan pada penelitian kuantitatif (Krueger dalam Rabiee, 2004: 657). Krueger menyebutkan bahwa data dilaporkan dalam tiga tingkatan:

1. *Raw Data*, yaitu data mentah yang sesuai dengan pernyataan informan dalam percakapan dan dikategorisasi sesuai tingkatan tema.
2. *Descriptive Statements*, yaitu rangkuman kata-kata dan komentar informan yang disusun sesuai tingkatan tema.
3. *Interpretation*, yaitu interpretasi atau penafsiran yang dibuat dengan proses deskriptif dengan memberikan pemaknaan pada data. Saat pemberian makna secara deskriptif, maka harus merefleksikan bias peneliti itu sendiri.

Kata-kata, kalimat, komentar, atau narasi dari hasil wawancara dalam penelitian kualitatif ini dianalisis dengan menggunakan teknik komparatif konstan. Mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan sebagaimana yang dikatakan oleh Guba dan Lincon dalam Kriyantono (2006: 196) adalah sebagai berikut:

- a) Menempatkan kejadian-kejadian (data) ke dalam kategori-kategori. Kategori-kategori tersebut harus dapat diperbandingkan satu dengan lainnya.
- b) Memperluas kategori sehingga didapat kategori data yang murni dan tidak tumpang tindih satu dengan lainnya.
- c) Mencari hubungan antarkategori.
- d) Menyederhanakan dan mengintegrasikan data ke dalam struktur teoritis yang koheren (masuk akal, saling bertalian secara logis).

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang menghasilkan rekaman wawancara, maka data tersebut dikumpulkan dan dianalisis untuk diklasifikasikan melalui *coding*. Adapun urutan *coding* yang dilakukan yaitu pertama dengan *open coding*, wawancara diberi tanda atau kode untuk mengklasifikasikan data ke dalam kategorisasi tertentu di mana hasil data yang ada menjadi lebih fokus untuk dianalisis. Tahap kedua yaitu *axial coding*, yaitu peneliti akan lebih fokus dalam menganalisis data-data yang telah diberikan kategori sehingga dalam tahap ini peneliti melihat tentang sebab, kondisi, proses, strategi yang akhirnya dapat dikelompokkan. Tahapan selanjutnya yaitu *selective coding* dimana dalam tahap ini peneliti mengidentifikasi tema utama dari penelitian dengan melihat contoh-contoh data yang dapat mewakili tema yang diangkat (Neuman, 2003: 442-445).

Interpretasi merupakan tahap akhir dari analisis data. Interpretasi dilakukan berdasarkan tujuan penelitian yang telah tergambar pada tahap kategorisasi. Ketika data yang sudah dikategorisasi kemudian dilakukan pengaitan antara satu dengan yang lain untuk selanjutnya diinterpretasi. Hal ini sangat penting untuk mengaitkan antara data yang ada dengan kerangka konseptual yang digunakan dalam menganalisis. Interpretasi data yaitu penafsiran yang dibuat dengan proses deskriptif dengan memberikan pemaknaan pada data. Krueger (dalam Rabiee, 2004: 658) menyediakan tujuh kriteria untuk menafsirkan data: Menafsirkan kata-kata untuk mengetahui istilah-istilah yang dipakai informan, konteks, frekuensi jawaban informan, intensitas jawaban, konsistensi jawaban, spesifikasi jawaban, dan mencari konsep-konsep besar dari data yang didapatkan. Adapun analisis data pada

penelitian ini akan disajikan berupa interpretasi yang didukung oleh *descriptive statements* dari data wawancara yang telah didapatkan di lapangan.

### 3.6 Kriteria Kualitas Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang ingin mengetahui *goodness of quality criteria* bisa dilihat melalui dua cara, yakni dilihat dari *trustworthiness* (kepercayaan) dan *authenticity* (otentisitas) (Denzin, 2000: 180). Penelitian dalam studi ini menggunakan kriteria *authenticity*. *Authenticity* dalam penelitian bisa dilihat ketika strategi yang digunakan memang sesuai untuk pelaporan gagasan para informan yang diteliti menunjukkan yang sesungguhnya, yaitu ketika riset tersebut dilaksanakan secara *fair*. Artinya membantu informan serta kelompok sejenis untuk memahami dunia mereka dan memperbaikinya (Daymon dan Holloway, 2008: 144). Dalam proses penelitian diupayakan memperoleh suatu keterbukaan, kejujuran, dan laporan yang seimbang tentang kehidupan dari sudut pandang informan dalam beraktivitas di tempat penelitian. Untuk memenuhi kriteria tersebut, peneliti berupaya menentukan narasumber yang tepat agar dapat memberi informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti berperan sebagai pendengar untuk setiap informasi yang diberikan oleh narasumber.

### 3.7 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membahas identitas sebagai tema utama. Namun, identitas sendiri merupakan hal yang kompleks dan beragam. Penelitian ini berfokus pada identitas sebagai seorang *fans* klub sepak bola dan tidak menyinggung identitas lainnya. Selain itu, penelitian ini hanya fokus membahas satu identitas *fans* klub dan komunitas, yaitu klub Juventus. Peneliti tidak membahas identitas *fans* klub lain atau berusaha mengambil sampel *fans* lain untuk membandingkannya.

## BAB 4

### ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Profil Klub Juventus

##### 4.1.1 Sejarah Juventus

Juventus didirikan dengan nama Sport Club Juventus pada pertengahan tahun 1897 oleh siswa-siswa dari sekolah Massimo D'Azeglio Lyceum di daerah Liceo D'Azeglio, Turin, Italia. Awal mula dibentuknya klub ini adalah sebagai pelampiasan dari anak-anak yang saling berteman dan menghabiskan waktu untuk jalan-jalan bersama dan bersenang-senang serta melakukan berbagai hal positif. Usia anak-anak tersebut rata-rata 15 tahunan, yang tertua berumur 17 dan lainnya di bawah 15 tahun. Setelah itu, hal yang mungkin tidak jadi masalah sekarang ini tapi merupakan hal yang terberat bagi pemuda-pemuda tersebut saat itu adalah mencari markas baru. Salah satu pendiri Juventus, Enrico Canfari dan teman-temannya kemudian memutuskan untuk mencari sebuah lokasi dan akhirnya mereka menemukan salah satu tempat yaitu sebuah bangunan yang memiliki halaman yang dikelilingi tembok, mempunyai 4 ruangan, sebuah kanopi dan juga loteng dan keran air minum. Selanjutnya, Canfari menceritakan tentang bagaimana terpilihnya nama klub, segera setelah mereka menemukan markas baru. Akhirnya, tibalah pertemuan untuk menentukan nama klub dimana terjadi perdebatan sengit di antara mereka.

Di satu sisi, pembenci nama latin, di sisi lain penyuka nama klasik dan sisanya netral. Lalu, diputuskanlah tiga nama untuk dipilih; "Societa Via Port", "Societa sportive Massimo D'Azeglio", dan "Sport Club Juventus". Nama terakhir belakangan dipilih tanpa banyak keberatan dan akhirnya resmilah nama klub mereka menjadi "Sport Club Juventus". Tetapi kemudian berubah nama menjadi Football Club Juventus dua tahun kemudian. Klub ini lantas bergabung dengan Kejuaraan Sepak Bola Italia pada tahun 1900. Dalam periode itu, tim ini menggunakan pakaian warna pink dan celana hitam. Juve memenangi gelar Seri A perdananya pada 1905, ketika mereka bermain di Stadio Motovelodromo Umberto I. Di sana klub ini berubah warna pakaian menjadi hitam putih, terinspirasi dari klub Inggris Notts County. Juventus juga memiliki banyak julukan yakni "*La Vecchia Signora*" (Si Nyonya Tua), "*I Bianconeri*" (Hitam-Putih), "*La Fidanzata d'Italia*" (Kekasih Italia), dan "*Le Zebre*" (Si Zebra).



Gambar 4.1  
Logo Klub Juventus

Seiring berjalannya waktu, Juventus kemudian memenangi berbagai gelar Seri A dan dua gelar Liga Champions Eropa tahun 1985 dan 1996. Periode 1990-an menjadi salah satu periode keemasan Juventus di persepak bolaan Italia dan kanchah internasional. Juventus juga menjadi klub terbaik di dunia tahun 1996 usai memenangi kejuaraan Piala Interkontinental melawan wakil dari Argentina, River Plate. Sayangnya, era keemasan Juventus ambruk ketika skandal pengaturan wasit atau biasa dikenal dengan sebutan “Calciopoli” tahun 2006 terkuak. Berawal dari bukti transkrip telepon salah satu direktur umum Juventus, Luciano Moggi, yang berisi tentang percakapan telepon. Moggi berusaha memengaruhi dan meminta Koordinator Wasit Seri A untuk mengatur perangkat pertandingan di sejumlah pertandingan di Seri A. Juventus kemudian dianggap bersalah dan dihukum degradasi ke Seri B selama semusim. Tidak hanya itu, gelar juara Seri A musim 2004/05 dan 2005/06 dicopot dan dilimpahkan ke Inter Milan yang tidak tersangkut skandal tersebut. Namun, belakangan muncul spekulasi dan pembelaan bahwa Juventus tidak sepenuhnya bersalah. Tahun 2010 ditemukan bukti baru bahwa Inter Milan ikut terlibat, tetapi berhubung kasusnya sudah ditutup maka Federasi Sepak Bola Italia (FIGC) tidak mengabulkan permintaan Juventus

untuk membahas kembali kasus tersebut. Juventus menuntut pengembalian gelar Seri A 2004/05 dan 2005/06. Itulah mengapa, Juventus saat ini mengakui gelar juara Seri A berjumlah 30 kali, bukan 28 kali seperti yang dinyatakan FIGC. Jumlah gelar tersebut membuat Juventus menjadi klub tersukses di Italia.

Menariknya, Juventus dikenal memiliki pemain-pemain yang setia dan loyal. Ketika terlempar ke Seri B, beberapa pemain bintang seperti Alessandro Del Piero, Gianluigi Buffon, David Trezeguet, Mauro Camoranesi, Giorgio Chiellini, dan Pavel Nedved. Melihat banyaknya pemain yang setia, Juventus kemudian memberikan penghargaan dengan menyematkan tanda bintang kepada 50 legenda Juventus. Nama-nama pemain tersebut diabadikan dalam bentuk *walk of fame* di stadion baru Juventus, Juventus Stadium. Inilah ke-50 pemain Juventus yang mendapat bintang penghargaan: Alessandro Del Piero, Alessio Tacchinardi, Angelo Di Livio, Angelo Peruzzi, Antenello Cuccureddu, Antonio Cabrini, Antonio Conte, Carlo Bigatto, Carlo Parola, Ciro Ferrara, Claudio Gentile, David Trezeguet, Didier Deschamps, Dino Zoff, Fabio Capello, Fabrizio Ravanelli, Felice Borel, Franco Causio, Gaetano Scirea, Giampiero Boniperti, Giampiero Combi, Gianluca Pessotto, Gianluca Vialli, Gianluigi Buffon, Giuseppe Furino, John Charles, John Hansen, Lucidio Sentimenti, Luis Del Sol, Marco Tardelli, Mauro Camoranesi, Michel Platini, Moreno Torricelli, Omar Sivori, Paolo Montero, Paolo Rossi, Pavel Nedved, Pietro Anastasi, Pietro Rava, Raimundo Orsi, Roberto Baggio, Roberto Bettega, Romeo Benetti, Sandro Salvatore, Sergio Brio, Stefano Tacconi, Umberto Caligaris, Virginio Rosetta, dan Zinedine Zidane.

#### 4.1.2 Sejarah Suporter Juventus

Kelompok suporter Juventus pertama muncul pada pertengahan 1970-an. Dua kelompok pertama bernama Vinceremos dan Autonomia Bianconera merupakan kelompok yang dilatarbelakangi oleh politik sayap kiri Italia. *Ultras* atau suporter fanatik dan garis keras Juventus muncul pada tahun 1976, yakni Fossa Dei Campioni dan Panthers. Setahun kemudian, suporter *ultras* bernama Beppe Rossi membentuk kelompok suporter lainnya bernama Fighters. Rossi merupakan figur penting di antara suporter Juventus di Turin. Memasuki tahun 1980-an, kelompok suporter lainnya kembali bermunculan seperti Gioventu Bianconera, Area Bianconera, Indians, Viking, dan Nucleo Armato Bianconero (NAB). Dua nama terakhir saling respek satu sama lain baik di dalam stadion maupun di luar stadion. Viking dan NAB disebut-sebut sebagai kelompok *ultras* yang mirip dengan *hooligans* yang

ada di Inggris. Mereka tidak pernah takut menghadapi kelompok suporter manapun, baik klub lain maupun suporter Juventus lainnya ([www.bianconeri.tripod.com](http://www.bianconeri.tripod.com)).

Pada tahun 1987, Fighters bubar setelah 10 tahun mengalami kejayaan sebagai kelompok suporter Juventus. Salah satu alasannya adalah perkelahian dan kekerasan yang terjadi di pertandingan tandang melawan salah satu rival Juventus, Fiorentina. Beberapa figur Fighters kemudian mengajak beberapa anggota dari Indians dan Gioventu Bianconera untuk membentuk kelompok baru bernama Arancia Meccanica. Nama tersebut diambil dari nama film yang disutradarai Stanley Kubrick (*The Clockwork Orange*). Sayangnya, nama tersebut identik dengan kekerasan, apalagi beberapa pendirinya pernah terlibat kekerasan saat melawan Fiorentina. Politisi Turin meminta Arancia Meccanica untuk mengubah nama mereka. Arancia kemudian memutuskan mengubahnya menjadi Drughi. Drughi adalah salah satu nama geng dalam film *The Clockwork Orange*. Sayangnya, para politisi Turin tidak mengkaji nama tersebut lebih jauh. Drughi keburu berkembang menjadi kelompok suporter paling penting di Juventus. Selama tahun 1988 hingga 1996, Drughi memiliki 10 ribu anggota.

Menariknya, kelompok-kelompok suporter tersebut ternyata tidak akur. Mereka saling memperebutkan tribun di stadion. Seperti yang terjadi antara Drughi dengan Fighters yang memperebutkan tribun La Curva Sciera. Setelah Juventus menjuarai Liga Champions tahun 1996, *fans* Juventus sangat gembira dan memutuskan untuk bersatu. Fighters, Drughi, dan beberapa kelompok suporter lainnya yang berada di tribun La Curva Scirea memutuskan untuk bergabung dan membentuk satu nama: Black and White Fighters Gruppo Storico 1977. Meski sudah bergabung, tidak jarang beberapa kelompok suporter tersebut saling bersinggungan. Drughi tetap menganggap diri mereka adalah “solo” yang berarti “sendirian”.

Juventus saat ini memiliki jumlah *fans* terbesar di Italia. Juventus menguasai 28 persen *fans* fanatik di Italia. Klub tersebut memiliki 10 juta *fans* di Italia dan 13 juta *fans* di Eropa. Sedangkan di dunia jumlahnya mencapai 180 juta *fans* ([www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)). Juventus juga masuk dalam 10 besar klub terpopuler di dunia berdasarkan gabungan perhitungan jumlah *fans* di *fanpage* resmi klub Juventus yang dilakukan *Goal*. Adapun sebutan suporter Juventus adalah *Juventini*.

## 4.2 Profil Komunitas Juventus Club Indonesia

### 4.2.1 Kronologi dan Sejarah

Juventus Club Indonesia (JCI) adalah sebuah wadah komunitas supporter pecinta klub sepak bola Italia Juventus di Republik Indonesia. Komunitas ini berdiri sebagai salah satu upaya menampung hobby dan semangat persaudaraan yang kuat, di antara para pecinta dunia olah raga pada umumnya dan Klub Juventus khususnya. Komunitas ini adalah sebuah karya di masa suram Juventus yang sempat terlempar ke Seri B karena terlibat kasus “*Calciopoli*”. Namun, momentum itu dimanfaatkan penggemar Juventus di Indonesia untuk berjuang dan berupaya mengembalikan kejayaan serta nama baik Juventus. Selain itu menjadikan sarana kegiatan positif bagi pemuda dan masyarakat luas. Sebuah keterpurukan membuat mereka belajar dan berkarya sehingga menghasilkan sebuah harmoni cinta, profesionalisme, fanatisme, fungsi, hasil karya dan semangat berorganisasi.

JCI terbentuk setelah melalui beragam fase seri diskusi dan pematangan konsep. Sampai akhirnya berhasil disepakati kesesuaian kehendak untuk membentuk sebuah wadah yang kuat dan terorganisasi dengan baik. Komunitas ini akhirnya berkembang menjadi sentra komunikasi dan pengembangan diri para anggotanya, nantinya komunitas ini diharapkan akan menjadi sebuah organisasi dan perkumpulan yang profesional dengan berlandaskan semangat kebersamaan. Puncaknya, pada tanggal 28 Juli 2006, secara resmi komunitas ini dideklarasikan, sekaligus memperkenalkan sebuah media komunikasi berbentuk forum di dunia maya, yang beralamat <http://www.juventini-indonesia.com>.

Melalui media forum tersebut, JCI semakin melebarkan sayap hingga terbentang ke hampir seluruh pelosok Indonesia dan di beberapa negara. Kegiatan perdana komunitas ini adalah perayaan Ulang Tahun Juventus ke 109 yang diselenggarakan di Monumen Nasional (MONAS) Jakarta. Kegiatan inilah yang menjadi motivator pergerakan JCI ke depannya, dan selanjutnya banyak lahir ide-ide kegiatan baru, agenda-agenda rutin, dan langkah-langkah sosialisasi untuk memperkuat formasi. Kemudian menjaring anggota yang akan memperkuat eksistensi JCI di Indonesia.



Gambar 4.2.1

Logo Komunitas Juventus Club Indonesia

JCI juga menjadi *fans* klub Italia pertama yang mendapat peresmian dari Juventus FC. Pada 22 Oktober 2009, Juventus akhirnya memberikan pengakuan resmi kepada JCI. Nama Juventini Indonesia (JI) pun berubah menjadi Juventus Club Indonesia (JCI). JCI juga diberikan wewenang untuk mengelola situs resmi Juventus FC, [www.juventus.com](http://www.juventus.com) dalam menu bahasa Indonesia. Setelah mendapat pengakuan resmi sebagai *fans* klub Juventus, JCI wajib mengadakan kegiatan untuk dilaporkan ke Juventus setiap satu bulan sekali. Itu merupakan syarat dari Italia yang diberikan kepada JCI. Juventus ingin JCI terus aktif mendukung mereka. Maka itu, telah terjalin hubungan langsung antara JCI dengan Juventus yang bisa dilakukan lewat media internet.

#### 4.2.2 Budaya Organisasi

Budaya positif yang berkembang dalam komunitas JCI adalah kepaduannya dalam bergerak. Komunitas ini amat dinanti oleh banyak pecinta Juventus yang memiliki kuantitas besar di Indonesia, semangat untuk maju yang dikemas dengan jiwa muda dan nuansa kebersamaan, serta menciptakan sebuah sinergi indah dan memiliki nilai sosial yang tinggi. Komunitas ini menempatkan rasa kekeluargaan menjadi pola pikir dan wawasan dalam

bergerak, berpikir, dan melangkah. Sehingga Komunitas ini sangat yakin dalam menghadapi beragam perkembangan yang dinamis dalam masyarakat dan perubahan tata kehidupan dalam masyarakat. Komunitas ini mampu beradaptasi dengan sangat baik dalam lingkungan masyarakat, sehingga kehadirannya yang baru sejak Juli 2006, bukanlah menjadi hambatan berarti. Sebaliknya, kehadiran komunitas ini semakin mempertegas eksistensinya dengan beragam kegiatan konkret yang membuat JCI semakin mendapat perhatian masyarakat, khususnya dunia olah raga terlebih di kalangan media.

Di tempat inilah JCI mengembangkan potensi diri agar nantinya dapat berkembang menjadi individu profesional yang matang serta berjiwa sehat, melalui sebuah pengalaman berorganisasi dan beragam aktivitas yang produktif. Satu kesamaan hobi dan kecintaan diharapkan dapat menjelma menjadi sebuah kreativitas dan kontribusi riil untuk diimplementasikan kepada masyarakat. JCI sangat berharap wadah yang sangat baik dan positif ini semakin dikembangkan. Terlebih, dapat memerangi gencarnya upaya oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab yang senantiasa merusak potensi pemuda di Bumi Pertiwi Indonesia.

#### **4.2.3 Visi, Misi, dan Indikator Utama**

- **Visi Juventus Club Indonesia**  
→ Menjadi Komunitas Pendukung Juventus Terbesar di Asia Tenggara
- **Misi Juventus Club Indonesia:**
  1. Membentuk organisasi berbadan hukum Republik Indonesia;
  2. Sarana berkumpul seluruh Juventini yang tersebar di Indonesia dalam satu wadah komunitas Juventini Indonesia;
  3. Memeroleh rekomendasi dari Juventus FC sebagai *fans* klub resmi di Indonesia dan berafiliasi dengan Juventus DOC, *fans* klub resmi Juventus FC.
  4. Mengembangkan Potensi Pendanaan dan Komersial Organisasi.
- **Indikator Utama Juventus Club Indonesia**
  1. Rasa Kekeluargaan dan Kebersamaan

Indikator pertama yang melandasi pembentukan atmosfer sehat di dalam tubuh Juventini Indonesia, mayoritas anggota komunitas menempatkan Juventus Club Indonesia sebagai rumah keduanya.

## 2. Sikap Disiplin serta Berkomitmen

Kemajuan organisasi ditunjang penuh oleh sikap disiplin dan perwujudan atas komitmen pribadi yang tinggi, dengan satu tujuan kemajuan organisasi.

## 3. Semangat Belajar dan Peningkatan Kompetensi

Komunitas ini berisikan beragam individu yang menjadi satu kesatuan mata rantai organisasi, selalu percaya bahwa “kekuatan organisasi terletak pada rantai terlemah”, oleh karenanya selalu ditanamkan rasa semangat untuk tidak jenuh belajar dari apa yang telah dijalani dalam berorganisasi. Nantinya kompetensi personal akan meningkat serta membuka kemungkinan menggali beragam kompetensi baru.

## 4. Dapat Dipercaya Berdasarkan Profesionalitas Organisasi

Penempatan tiap-tiap individu harus memperhatikan beragam pertimbangan khusus, komitmen pribadi, sifat individu, kualifikasi pendidikan, dan juga kemampuan teknis yang berasal dari pengalaman serta profesi. Organ kepengurusan dalam organisasi ini, ditempati oleh individu dengan latar belakang profesi, pengalaman, dan kualifikasi yang tepat sehingga fungsinya menjadi optimal dan efisien bagi tujuan profesionalitas organisasi.

## 5. Loyalitas dan Rasa Memiliki

Parameter penting dalam menilai potensi perkembangan sebuah organisasi, bara utama besarnya sebuah komunitas ialah rasa loyalitas dan memiliki para anggotanya. Juventus Club Indonesia memiliki seluruh modal untuk menjadi besar dalam jumlah dan baik dalam kualitas.

### **4.2.4 Keanggotaan**

Satu potensi utama Komunitas Juventus Club Indonesia, dapat dilihat dari jumlah partisipasi masyarakat pada sarana forum komunikasi Juventus Club Indonesia dan partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh pengurus. Besarnya tingkat kepercayaan dan kebutuhan masyarakat terhadap komunitas ini juga tercermin dari selalu

meningkatnya pendaftaran keanggotaan resmi (membership) yang hingga kini sudah mencapai angka 350 member aktif terdaftar, dari total 16.970 anggota yang terdaftar di forum Juventus Indonesia. Tentunya nilai ini akan semakin bertambah seiring dengan semakin efektifnya strategi promosi yang selalu dievaluasi untuk kemajuan organisasi

#### **4.2.5 Sumber Pendanaan**

Dalam banyak kegiatan organisasi Juventus Club Indonesia, JCI sangat memperhatikan aspek permodalan pelaksana, hingga saat ini aspek permodalan organisasi di himpun dari bergama sumber, antara lain:

1. Kegiatan Perdagangan Merchandise Juventus Club Indonesia;
2. Paket membership;
3. Donasi anggota dan pihak ketiga;

Mengingat besarnya biaya operasional harian organisasi (pemeliharaan website dan forum, biaya penyelenggaraan rapat rutin dan subsidi kegiatan insidental) serta tingginya aspekasi kegiatan yang dinanti oleh seluruh anggota dan masyarakat, JCI berinisiatif untuk melakukan strategi pendanaan yang baru, yaitu kerjasama sponsorship dengan pihak ketiga, baik sponsorship yang bersifat komersial materiil maupun dukungan kegiatan. Pada masa yang akan datang, JCI menargetkan sebuah metamorfosa yang apik menjadi sebuah organisasi yang berbadan hukum resmi, mampu berdiri tegak dengan mengandalkan kemandirian dari beragam aspek, hingga nantinya, wadah ini akan berwujud sebuah pusat pendadaran potensi-potensi hebat bagi kemajuan bangsa ini, dengan tentunya berjiwa aktif dan sehat baik jasmani maupun rohani.

#### **4.3 Deskripsi Narasumber**

Dalam proses mendapatkan data, peneliti melakukan wawancara pada beberapa anggota komunitas JCI. Peneliti mendapatkan empat informan yang dinilai dapat memberikan banyak informasi maupun data yang mendalam terkait penelitian ini. Adapun kriteria informan yang dipilih adalah sudah lama menjadi pendukung Juventus, anggota komunitas JCI, dan berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan atau acara-acara yang dilaksanakan komunitas JCI. Semua informan berjenis kelamin laki-laki. Dua informan berdomisili di Jakarta, dua informan lagi berdomisili di Depok, Jawa Barat. Adanya

kesamaan atau perbedaan mengenai daerah domisili tidak terdapat maksud tertentu, melainkan agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan wawancara.

Kemudian dalam proses mendapatkan informan, peneliti sudah mengenal tiga informan lebih dulu. Peneliti sudah cukup lama mengenal ketiga informan tersebut karena peneliti juga termasuk salah satu anggota komunitas JCI. Selain itu, juga melakukan proses *snowball sampling* di mana peneliti meminta salah seorang informan atau teman-teman informan yang sudah pernah diwawancarai untuk merekomendasikan seorang informan yang dianggap memenuhi kriteria informan. Berikut adalah deskripsi singkat mengenai para informan:

#### **4.3.1 Informan 1**

Informan 1 berusia 26 tahun, lahir di Temanggung, 16 September 1985, tetapi dibesarkan di Jakarta. Saat ini Informan 1 bekerja *freelance* di salah satu kantor konsultan tata kota. Peneliti sudah lama mengenal Informan 1, sekitar dua tahun yang lalu. Peneliti mengenal Informan karena sering bertemu dalam kegiatan futsal JCI. Informan 1 merupakan lulusan universitas negeri yang kebetulan sama dengan peneliti tapi berbeda jurusan dan tahun masuk. Peneliti kemudian lebih mengenal informan setelah beberapa kali ikut kegiatan JCI seperti nonbar dan Gathering Nasional di Jakarta, November 2011. Peneliti dan Informan juga sering berkumpul dengan JCI dan berinteraksi di dunia maya.

Wawancara dengan Informan 1 dilakukan di Vidi Arena yang menjadi markas JCI untuk mengadakan nonton bareng. Wawancara dilakukan tanggal 6 Juni 2012 sekitar pukul 23.00 WIB setelah Informan pulang kerja. Adapun peneliti sudah beberapa kali mengontak Informan untuk meluangkan waktu diwawancarai tetapi gagal dilakukan karena Informan terlalu sibuk. Informan sendiri yang akhirnya mengirimkan pesan singkat (SMS) sekitar pukul 19.30 WIB agar diwawancarai malam itu juga. Peneliti pun langsung menelepon Informan dan sepakat bertemu di Vidi Arena pukul 23.00 WIB.

Selama proses wawancara, Informan tampak lelah dan mengantuk. Beberapa kali dia mengusap wajah dan mengucek mata pertanda bahwa dirinya sudah mengantuk. Informan mengaku sempat pulang ke rumahnya sebentar di daerah Jakarta Timur untuk makan dan ganti baju sebelum diwawancarai. Informan menyatakan telah bekerja dari pagi tetapi tetap datang ke Vidi Arena untuk diwawancarai. Informan juga mengatakan selalu siap membantu rekannya sesama Juventini jika dimintai pertolongan. Maka itu, Informan rela membuang waktu istirahat demi menjawab semua pertanyaan peneliti. Proses wawancara pun

berlangsung lancar tanpa ada gangguan. Informan mampu menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti meski terkadang jawabannya suka berulang-ulang karena pertanyaan yang dilakukan peneliti tidak berurutan.

Informan 1 sudah menyukai sepak bola sejak berusia enam-tujuh tahun atau sekitar tahun 1992-93. Saat itu sedang populer trio pemain Belanda, Marco van Basten, Frank Rijkaard, dan Ruud Gullit. Informan 1 mengaku mengenal sepak bola setelah dipengaruhi oleh saudara-saudara terdekatnya. Mereka kebetulan penggemar tim nasional Belanda sekaligus klub AC Milan yang menyukai tiga pemain tersebut. Namun, Informan mengaku suka dengan salah satu pemain tim nasional Italia, Salvatore Schillaci, yang menjadi pencetak gol terbanyak di Piala Dunia 1990. Tapi, Informan baru menyukai Schillaci sekitar tahun 1992. Informan kemudian mengenal Juventus saat menyaksikan pertandingan melawan AC Milan di televisi sekitar tahun 1995. Menurut pengakuannya, Informan 1 hanya menyukai satu klub saja, yakni Juventus. Kecuali tim nasional Indonesia, dia tidak memiliki klub favorit dalam negeri.

#### **4.3.2 Informan 2**

Informan 2 berusia 21 tahun, lahir di Bandung, 19 September 1990, namun dibesarkan di Jakarta. Saat ini Informan terdaftar sebagai mahasiswa salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta. Peneliti sudah mengenal Informan sejak dua tahun lalu. Peneliti mengenal Informan karena sering bertemu dalam kegiatan futsal JCI. Kemudian peneliti lebih mengenal atau akrab setelah sering bertemu di kegiatan-kegiatan JCI lainnya seperti nonbar. Peneliti juga beberapa kali berkomunikasi lewat *Blackberry Messenger* (BBM) dan di situs jejaring sosial.

Wawancara dilakukan tanggal 7 Juni 2012 pukul 22.00 WIB di warung Kedai Kopi Medan, Kelapa Dua, Depok, yang kebetulan dekat dengan tempat tinggal dan universitas Informan. Peneliti tidak kesulitan menghubungi Informan karena Informan mengaku memiliki waktu yang lowong. Kuliahnya sedang libur jadi leluasa untuk diminta waktu kapan saja. Sebelum memulai wawancara, peneliti bercakap-cakan dengan Informan lebih dulu. Seperti menanyakan kabar dan aktivitas sehari-hari. Terakhir kali peneliti bertemu Informan sekitar pertengahan bulan Mei, tepatnya sekitar dua minggu sebelum wawancara. Peneliti bertemu Informan saat ikut nonbar pertandingan Juventus melawan Cagliari. Dari hasil pengamatan peneliti, Informan termasuk salah satu anggota JCI yang kerap menyanyikan yel-

yel selama nonbar. Itulah yang membuat peneliti merasa yakin bahwa Informan dapat memberikan informasi terkait penelitian ini.

Selama proses wawancara, Informan sering terlihat bingung dalam menjawab pertanyaan. Ada beberapa pertanyaan yang dijawab kurang jelas sehingga harus dipertegas oleh peneliti. Wawancara juga diselingi canda dan tawa, tak jarang membicarakan topik lain di luar konteks wawancara. Namun, secara keseluruhan proses wawancara berjalan sangat baik tanpa ada gangguan berarti. Informan mengenal sepak bola dari tayangan televisi yang menyiarkan Liga Italia sekitar akhir 1990-an. Barulah Informan mengenal Juventus setelah mendapat kostum Juventus oleh ayahnya sekitar tahun 1999, atau sekitar usia sembilan tahun. Informan 2 cukup menyukai klub lokal Persib Bandung karena faktor kedaerahan. Namun, rasa sukanya terhadap Persib tidak sebesar rasa cintanya terhadap Juventus. Dia hanya sekadar suka dengan Persib tetapi tidak terlalu mengikuti perkembangannya. Sekadar catatan, Informan 2 yang memberikan rekomendasi kepada peneliti untuk melakukan wawancara terhadap Informan 3.

#### **4.3.3 Informan 3**

Informan 3 berusia 25 tahun, lahir di Bandung, 30 Mei 1987 tetapi dibesarkan di Depok, Jawa Barat. Informan saat ini bekerja sebagai pegawai di sebuah perusahaan properti. Peneliti sebelumnya tidak terlalu mengenal Informan. Peneliti sering melihat Informan saat kegiatan-kegiatan JCI terutama nonbar. Namun, peneliti baru sekali terlibat percakapan langsung dengan Informan. Informan 2 memberikan rekomendasi Informan 3 untuk diwawancara karena dianggap mampu memberikan data yang diinginkan peneliti. Peneliti semakin yakin karena Informan sangat aktif dalam kegiatan JCI ditambah lagi Informan merupakan koordinator suporter klub Persikad Depok. Timbul rasa penasaran dari peneliti untuk mengetahui lebih jauh tentang Informan 3.

Peneliti cukup kesulitan mencari waktu yang cocok untuk melakukan wawancara. Beberapa kali wawancara urung dilakukan karena tidak ada kecocokan waktu. Menariknya, peneliti justru bertemu secara tidak sengaja saat hendak melakukan wawancara dengan Informan 4 di warung Kedai Kopi Medan. Informan 3 baru pulang kerja dan berkumpul dengan rekan-rekan JCI lainnya di Kedai Kopi, tepatnya tanggal 12 Juni 2012 sekitar pukul 21.00 WIB. Ketika peneliti tiba, peneliti langsung melihat Informan yang hendak mengeluarkan motor untuk pulang. Peneliti langsung mencegat dan berbincang sebentar agar

Informan bersedia diwawancarai. Tanpa pikir panjang, Informan langsung bersedia diwawancarai saat itu juga sambil menunggu Informan 4 datang ke lokasi wawancara.

Saat wawancara, Informan tampak sakit dan tidak enak badan. Beberapa kali Informan batuk dan mengelap hidungnya. Informan juga mengaku bahwa dirinya sedang sakit, tetapi tetap rela datang ke Kedai Kopi Medan untuk berkumpul dengan rekan-rekannya. Kondisi yang kurang fit tidak menghambat Informan untuk menjawab secara jelas pertanyaan yang diajukan peneliti. Informan bahkan terlihat sangat antusias dan berapi-api saat menjawab pertanyaan yang diajukan. Sesekali emosi dan nada bicaranya meninggi ketika bercerita tentang pengalamannya menjadi seorang pendukung Juventus. Di tengah-tengah wawancara, Informan 4 tiba dan menyapa peneliti dan Informan 3. Tetapi, kedatangan Informan 4 tidak mengganggu proses wawancara. Wawancara tetap berjalan lancar tanpa ada gangguan.

Informan 3 mengenal sepak bola sejak pertengahan 1990-an. Informan mengaku suka sepak bola karena mendapat pengaruh dari sepupunya yang penggemar klub Fiorentina. Informan kemudian mulai menonton pertandingan Seri A dan menyukai Juventus saat melihat penyerang Juventus, Alessandro Del Piero, mencetak gol ke gawang Reggina pada tahun 1995. Selain Liga Italia, Informan juga menyukai Liga Indonesia. Informan merupakan suporter loyal Persikad Depok dikarenakan daerah tempat tinggal Informan. Informan juga mengaku respek terhadap beberapa klub selain Juventus.

#### **4.3.4 Informan 4**

Informan 4 berusia 20 tahun, lahir dan dibesarkan di Jakarta, 26 Oktober 1987. Informan berdomisili di Jakarta Timur, dekat dengan SMA tempatnya bersekolah. Informan saat ini terdaftar sebagai mahasiswa universitas negeri yang kebetulan sama dengan peneliti. Namun, tahun masuk peneliti dengan Informan berjarak cukup jauh. Peneliti awalnya tidak terlalu mengenal Informan. Pertama kali kenal saat Informan masuk ke Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Futsal bernama Sastra FC di kampus, sekitar September 2010. Namun, Informan tidak terlalu lama berkecimpung di Sastra FC sehingga peneliti hanya mengenalnya tetapi tidak akrab. Peneliti kemudian meminta Informan untuk diwawancarai karena peneliti tahu bahwa Informan adalah seorang pendukung Juventus dan anggota JCI. Peneliti kemudian meminta kesediaan Informan lewat situs jejaring sosial *twitter* yang dilanjutkan lewat pesan singkat. Informan sangat antusias dan menyambut permohonan peneliti untuk diwawancarai.

Wawancara sempat tertunda selama seminggu karena Informan harus menyelesaikan tugas kuliah ke Lampung dan Palembang. Informan baru pulang dan sampai di Jakarta tanggal 12 Juni 2012 pada sore hari. Informan saat itu langsung menghubungi peneliti untuk konfirmasi apakah wawancara jadi dilakukan atau tidak. Peneliti pun langsung mengiyakan dan menjadwalkan pertemuan untuk wawancara pada malam harinya di Kedai Kopi Medan sekitar pukul 21.00. Meski baru pulang dari Lampung dan menempuh perjalanan darat cukup lama, Informan tidak terlihat lelah. Informan sempat pulang ke rumahnya di Cijantung, Jakarta Timur untuk mandi dan makan. Informan kemudian datang ke Kedai Kopi sekitar pukul 22.00 WIB dengan wajah cerah dan membawa oleh-oleh cemilan dari Palembang.

Selama proses wawancara, Informan mampu menjawab dengan jelas semua pertanyaan yang diajukan. Informan sepertinya melihat wawancara ini adalah wawancara resmi sehingga sempat terlihat tegang dan memakai bahasa yang baku. Tetapi setelah dikasih tau oleh peneliti untuk lebih rileks, Informan kemudian berubah menjadi tampak santai. Informan bahkan mampu menjawab panjang lebar sehingga peneliti sempat bingung pertanyaan apalagi yang akan diajukan. Sayangnya, selama proses wawancara sempat terganggu oleh suasana ramai pengunjung Kedai Kopi yang datang menyaksikan pertandingan sepak bola Piala Eropa 2012 antara Inggris melawan Prancis. Sesekali proses wawancara terhenti karena terganggu dengan suara bising dari pengunjung lain. Informan dan peneliti bahkan sempat menyaksikan pertandingan tersebut. Meski begitu, hambatan tersebut tidak mengurangi kualitas jawaban dari Informan.

Informan mengenal sepak bola dari tayangan pertandingan Liga Italia Seri A. Informan kemudian mengenal dan mengenal Juventus sekitar tahun 2000-2001. Informan juga sering menyaksikan pertandingan Liga lainnya seperti Liga Inggris dan Liga Indonesia. Informan mengaku menjadi penikmat sepak bola dalam negeri tetapi tidak memiliki klub favorit. Informan juga respek terhadap beberapa klub selain Juventus.

#### **4.4 Proses Pembentukan Identitas Juventini**

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa identitas diri adalah suatu konsep untuk membedakan individu satu dengan yang lain. Menurut Charon (2007: 86), "*Identity is the name we call ourselves, and usually it is the name we announce to others that we are as we act in situations*". Identitas adalah nama yang kita sebut pada diri kita sendiri dan biasanya itu adalah nama yang kita sebut pada diri kita sendiri. Teori identitas akan menunjukkan bahwa individu memiliki pilihan dan mengkaji mengapa mereka membuat

pilihan yang mereka lakukan. Pembentukan identitas merupakan awal mula perkembangan ego serta menjadi suatu proses pencarian kejelasan dan pengintegrasian diri menjadi manusia secara utuh. Dalam prosesnya, pembentukan identitas diri terjadi secara kompleks dan dinamis. Dalam pembentukan identitas tersebut, terdapat dua komponen penting yaitu eksplorasi dan komitmen.

Eksplorasi adalah periode saat seseorang semangat dan aktif bertanya untuk mendapat keyakinan, menjelajah berbagai alternatif pilihan, hingga akhirnya menetapkan pilihan tersebut. Sedangkan komitmen adalah tahapan kesungguhan seseorang untuk melaksanakan keputusan yang telah ditetapkan dengan mantap dari berbagai pilihan alternatif serta menjalankan aktivitasnya. Dua komponen utama itu akan memperlihatkan proses terbentuknya identitas diri, dalam penelitian ini adalah identitas *fans* klub Juventus atau biasa disebut Juventini. Terkait dengan wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan di JCI, secara umum dari keseluruhan wawancara yang telah dilakukan terdapat proses eksplorasi dan komitmen dalam pembentukan identitas Juventini.

#### **4.4.1 Eksplorasi**

Dalam tahap pertama pembentukan identitas Juventini, semua informan secara umum menyukai klub Juventus berawal dari rasa tahu lebih dulu. Semua informan mendapat pengaruh dari keluarga dan lingkungan sekitar untuk mengenal sepak bola. Mereka memang mengenal Juventus dari media massa tepatnya televisi. Tetapi, keluarga dan lingkungan sekitar yang mendorong mereka untuk mengenal sepak bola yang kemudian melihat pertandingan Juventus di televisi. Unikny, semua informan mendapat pengaruh dari keluarga yang bukan penggemar Juventus, melainkan dari klub-klub lain. Informan 1 menyatakan mendapat dorongan untuk menyukai klub AC Milan dari sepupu-sepupunya. Milan adalah klub rival Juventus. Informan mengaku sempat menyukai Milan, tetapi ketika dihadapkan pada dua pilihan setelah mengetahui ada klub bernama Juventus, Informan 1 kemudian memilih Juventus karena memiliki kostum yang menurutnya lebih menarik dari Milan. Adapun kostum Milan adalah garis-garis hitam-merah, sedangkan Juventus berkostum garis-garis putih-hitam. Kemudian Informan 2 mengenal Juventus dari ayahnya yang memberikan kostum salah satu pemain Juventus bernama Filippo Inzaghi. Informan 3 mendapat pengaruh dari kakak sepupunya. Kakak sepupunya merupakan penggemar klub Fiorentina sehingga dia banyak mendapat pengetahuan sepak bola. Sedangkan Informan 4

dipengaruhi Pamannya menjagokan Milan sedangkan sahabatnya menjagokan Roma. Dia kemudian memilih Juventus agar tidak sama dengan paman dan sahabatnya.

*“Sejak kapan menyukai Juventus ya.. pertama tu dari... Mungkin tu bukan dari suka kali. Mungkin dari tau dulu kalo gw sih. Gw dulu seorang Milanisti. Gw dulu seorang Milanisti karena dicekokin sama orang-orang zaman dulu lah. Dulu kan Milan masih ada trio-trio Belanda. (Informan 1)*

*“Itu dia klub pertama yang gw tau, soalnya dulu bokap gw ga tau bola. Jadi pas gw dibeliin kaos itu gw suka, gw liat namanya Juventus.” (Informan 2)*

*“Gw gak ngerti bola banget tapi karena emang kakak sepupu gw gila bola dan kebetulan dia sebenarnya bukan gila bola Juventus tapi gila Fiorentina. (Informan 3)*

*“Om gw itu kalo ga salah pendukungnya AC Milan. nah karena dia pendukungnya AC Milan gw inget banget tahun 2000-2001 dia punya jagoan di AC Milan nomor 7 dari Ukraina. Karena dia suka Milan masa gw sama-sama suka Milan kan. Trus gw jadi mencintai Juventus. Temen gw juga waktu SD itu gw punya temen baik dia ternyata Romanisti jadi gw ga mungkin kan sama juga.” (Informan 4)*

Setelah keluarga dan lingkungan sekitar yang mendorong semua informan mengenal sepak bola, media massa dan televisi menjadi awalan mereka menyukai Juventus. Semua informan kebetulan memiliki usia yang tidak berbeda jauh. Mereka mulai mengenal sepak bola ketika memasuki masa remaja sekitar pertengahan 1990-an hingga 2000-an. Saat itu, Liga Italia Seri A memang sedang digemari karena selalu ditayangkan di televisi oleh salah satu stasiun televisi swasta. Para informan cukup tertarik dengan pertandingan-pertandingan Liga Italia Seri A, kemudian mengetahui ada satu klub bernama Juventus lalu menyukainya. Informan 1 baru mengetahui Juventus setelah menyaksikan pertandingan sepak bola antara Juventus melawan AC Milan sejak saat itu dia langsung suka. Informan 2 awalnya mendapat kostum Juventus dari ayahnya, kemudian dia mencari tahu dan menyukai klub tersebut setelah menonton pertandingannya.

Sedangkan Informan 3 mengenal Juventus saat menyaksikan pertandingan melawan Reggina. Setelah itu barulah dia tahu ada Liga Italia Seri A. Jadi, Informan 3 mengenal dan menyukai Juventus lebih dulu daripada Liga Italia Seri A. Berbeda dengan Informan 4 yang mengetahui Liga Italia Seri A lebih dulu, setelah itu menyukai Juventus. Yang pasti, keempat informan menyatakan bahwa mereka mengenal dan langsung menyukai Juventus dari Liga Italia Seri A yang ditayangkan setiap pekannya oleh stasiun televisi swasta pada tahun 1990-an hingga awal 2000-an. Berikut adalah pernyataan dari para informan terkait dari awal rasa tahu mereka terhadap klub Juventus:

*“Nah suatu ketika gw ngeliat lupa taun berapanya pokoknya ada Milan lawan Juve. Juve kalah satu kosong. Tapi mulai di situ gw suka Juve.”* (Informan 1)

*“Gw sebenarnya ga suka langsung dari klub nya tapi dari pemainnya, dulu waktu 1999 gw di kasih yah dibeliin lah baju Filippo Inzaghi sama bokap. Nah dari situ tuh gw suka, Juve masih sponsornya Digital Liberty. Inzaghi nomor 9, nah semenjak itu gw suka tuh gw sering nonton. Awal-awal liga Itali masuk kan, akhirnya gw suka sama Juve lama kelamaan.”* (Informan 2).

*“Gw kenal Juventus pertama kali pas saat Del Piero golin ke gawang Reggina pada tahun ‘95, itu setelah dia diganti oleh Roberto Baggio .... Terus gw mengenal liga Italia karena RCTI juga kan ya, RCTI sangat gaungnya besar juga tentang liga Itali yang tidak seperti liga Inggris.”* (Informan 3)

*“Gw pertama kali menyukai Juventus tuh tahun 2000-2001 dan setelah tahun itu gw baru menjadi Juventini. Pas 2000-2001 itu gw udah suka Juventus. Pertama kali gw liat Juve dulu kan kita tahu Liga Italia ratingnya sedang bagus-bagusnya sekitar tahun segitu.”* (Informan 4)

Setelah tahu dan suka, semua Informan kemudian mencari informasi mengenai Juventus dari media massa. Mereka semakin tertarik dan jatuh cinta setelah mengetahui kostum, sejarah, prestasi, para pemain, gaya permainan Juventus. Informan 1 mendapat informasi utama dari salah satu program televisi bernama Planet Football. Tepatnya ketika masih berusia belasan tahun. Informan 1 menganalogikan menyukai sebuah klub sama seperti

membeli sebuah *handphone*. *Handphone* dibeli karena rasa suka kemudian setelah itu mencari informasi lebih dalam tentang fitur-fitur yang ada di dalamnya. Sama seperti sepak bola, ketika sudah menyukai klub tertentu maka seseorang akan mengulik informasi tentang klub tersebut lebih dalam. Informan 2 semakin suka dengan Juventus setelah melihat sejarah besar Juventus, pemain, dan gelar juara Liga Italia yang berjumlah 30 trofi. Informan 2 sangat bangga dengan prestasi dan sejarah klub Juventus, itulah yang membuatnya semakin suka setelah tahu informasi lebih dalam dari media massa.

Informan 3 mengikuti Liga Italia dan Liga Indonesia di televisi. Informan 3 menyukai kedua liga tersebut dan berpendapat Liga Italia memiliki gaya permainan yang tidak berbeda jauh dari Liga Indonesia. Secara berkala, Informan 3 selalu menyaksikan pertandingan Juventus di televisi dan lama-kelamaan menjadi suka karena pemain, pelatih, dan formasi yang diterapkan. Menurutnya, formasi dan gaya permainan klub Juventus setipe dengan kultur sepak bola Indonesia. Sama halnya dengan Informan 4 yang menyukai Juventus lebih dalam setelah melihat gaya permainan, taktik, strategi, pemain, hingga prestasinya. Informan 4 mengaku sering membaca berita tentang Juventus dari media karena media massa lebih banyak mengupas sepak bola luar negeri daripada sepak bola dalam negeri. Itulah mengapa, Informan 4 merasa media massa memberi pengaruh besar terhadap perkembangannya menyukai Juventus lebih jauh.

*“Kalo yang nyekokin Juve layar tivi. Jadi kesukaan gw sama Juve itu bukan karena dia mainnya keren, bukan karena ada pemain bagusnyanya, tapi mungkin aneh kali karena gw suka kostumnya. Gw suka warna hitam-putihnya itu. Baru lepas kelas 5 kelas 6 lah gw mencari informasi. Informasi utama dulu tu cuman dari satu sumber, Planet Football. Koran Bola aja susah gw beli.... Ya kaya elo ini aja.. kaya lo beli handphone baru gitu. Lo udah punya handphone baru yang lo sukain gitu kan. Pasti kan lo setiap dua bulan pertama lo sibuk ngulik gitu kan wah ini handphone bisa ngapain aja. Sama aja kaya setelah gw suka Juve itu gw banyak nyari-nyari informasi gitu. Tapi saat SMP tapinya itu. Jadi pas sebelumnya masih SD gitu kan. Jadi masih sekedar gitu aja. Ceng-cengan cuma ga tau secara detailnya. Baru lepas kelas 5 kelas 6 lah gw mencari informasi .... Kan tadi gw suka pertama karena jersey kan. Gw belum tau tuh Juve itu ternyata raja Itali. Belum tau gw, gw ga tau.. tapi periode itu kan diselingi juga Juve sempet juara gitu kan. Juve kan satu-satunya tim yang*

*setiap satu dasawarsa di Itali tu pasti juara jadi ya adalah juara. Ya itu, pokoknya gw kulitin apa itu Juve gitu akhirnya gw tau dia punya historis, jadi gw baru meyakinkan bahwa gw ga salah milih tim.” (Informan 1)*

*“Secara sejarahnya panjang. Yang gw bangga tuh sejarah, pemainnya, pialanya aja gw bangga 30 .. Gw sukanya dari ngeliat Liga Champions pokoknya gw suka sama Juve lah.” (Informan 2)*

*“Liga Itali hampir sama dengan liga Indonesia, permainannya, tekniknya, selawnya terus pertahanannya, mungkin menurut gw ya lebih kena aja liga Itali di Indonesia. Pertama lo pasti suka, ini loh Juventus. Pertandingan kedua lo pengen nonton Juventus lagi, oh ini loh Juventus. Dan yang ketiga, oh begini loh Juventus spiritonya yang pantang menyerahnya terus sehingga kalo kita nonton Juventus enak aja, dari lini ke lininya enak. Terus cara formasi-formasi, allenatorenya juga menurut gw keren-keren dari pertama-pertama emang keren-keren gw akuin.” (Informan 3)*

*“Yang gw suka dari Juventus itu secara permainan juve menggambarkan Italia pada zaman dahulu yaitu pertahanan grendel, catenaccio secara permainan. Pemain-pemainnya itu pemain mental juara yang banyak gw sukain dari macam 2000-2001 Alessandro Del Piero, Filippo Inzaghi, atau macam Antonio Conte dan Zinedine Zidane. Ya selain itu mungkin karena melihat prestasi juga dari Juve. Waktu itu yang gw tau, yang gw baca sebelum tahun segitu Juve disebut-sebut sebagai raja Eropa masuk tiga kali final Liga Champions walaupun cuma juara satu kali dan final Piala UEFA kalo ga salah ... Prestasi itu pasti orang ngeliat banget prestasi klub dari luar negeri apalagi media-media selalu mengangkat. Coba kaya berbagai media koran. Koran-koran yang gw baca dari pertama gw masih SD itu tuh halaman pertama pasti klub-klub dari luar negeri. “ (Informan 4)*

Secara garis besar, terdapat kesimpulan dari konsep eksplorasi yang terdapat dalam diri informan dalam proses pembentukan identitas sebagai *fans*. Mereka awalnya tahu terlebih dahulu sebelum benar-benar menyukai Juventus. Keluarga dan lingkungan sekitar mendorong semua informan untuk mengenal sepak bola. Mereka mendapat pengaruh dari keluarga dan lingkungan untuk menyaksikan pertandingan sepak bola di televisi hingga

akhirnya menemukan klub bernama Juventus. Menariknya, keluarga dan lingkungan sekitar yang turut memengaruhi semua informan tidak ada yang menjadi penggemar Juventus. Semua justru menjadi penggemar klub rival Juventus seperti AC Milan, Fiorentina, dan AS Roma. Semua informan kemudian menetapkan pilihan untuk menyukai Juventus berdasarkan warna kostum, sejarah, prestasi, pemain, pelatih, dan gaya permainannya. Jika dikaitkan dengan faktor pembentuk rasa fanatik terhadap suatu klub, semua informan dikategorikan sebagai *fans* yang menyukai dari level simbolik. Yaitu ketertarikan sebuah klub berdasarkan kostum, pemain, logo, hingga permainan. Semua itu mereka ketahui lebih lanjut dari media massa. Semua informan menjelajah pilihan yang sudah ditetapkannya dengan mencari informasi tentang Juventus dari media massa, khususnya televisi dan surat kabar.

#### 4.4.2 Komitmen

Pada tahap komitmen, semua informan telah membuat keputusan yang mantap menjadi seorang Juventini. Mereka telah yakin dalam membuat pilihan sebagai seorang Juventini. Itu terbukti dari berbagai tindakan dan aktivitas yang memantapkan identitas mereka sebagai seorang *fans* Juventus. Komitmen pertama yang mereka lakukan adalah dengan cara membeli atribut dan pernak-pernik Juventus untuk memperkuat identitasnya sebagai Juventini. Atribut dan pernak-pernik itu berupa *jersey* atau kostum tim, kaus, kemeja batik, celana, jaket, sweater, gelas, cangkir, stiker, syal, hingga sprei. Mereka memakai pernak-pernik itu untuk menunjukkan identitasnya sebagai Juventini. Itu merupakan bukti komitmen dari pilihan yang mereka tetapkan.

Dari semua pernak-pernik, kostum tim menjadi pernak-pernik yang dimiliki semua informan. Beberapa di antara mereka bahkan selalu membelinya secara berkala baik setiap setahun atau dua tahun sekali. Pasalnya, setiap tahun kostum Juventus selalu berubah sehingga ada dorongan buat informan untuk selalu menyesuaikan dengan kostum Juventus. Informan 1 memiliki banyak barang yang berhubungan dengan Juventus tetapi tidak memiliki atribut resmi dari Juventus atau biasa disebut dengan atribut ori (original). Kebanyakan barang yang dimiliki Informan 1 adalah berupa pakaian (sandang). Mulai dari syal, *jersey*, jaket, kaus, handuk, hingga sprei. Informan 2 selalu membeli *jersey* setiap tahunnya. Namun, musim 2011/12 dia tidak membeli. Informan 2 berniat membeli *jersey* Juventus kembali musim ini.

Informan 3 memiliki satu *jersey* asli musim 2002/03. Yang menarik, informan 3 memiliki beberapa kemeja batik yang selalu dia pakai setiap hari Jumat untuk bekerja.

Informan 3 menunjukkan komitmennya sebagai seorang Juventini hingga ke tempat kerja. Informan 3 juga selalu memakai atribut Juventus ketika beraktivitas seperti *hang-out* bersama teman-temannya atau bermain futsal. Hal yang sama juga dilakukan Informan 4 yang selalu memakai atribut Juventus seperti *jersey*, kaus, dan jaket ketika menjalani aktivitas perkuliahan.

*“Ya atribut ada cuma kan bukan atribut yang resmi yang ada langsung keterikatannya sama Juve. Ya sandanglah kebanyakan.. syal, jersey, jaket, kaos-kaos, spreii, anduk, ya banyak deh.. tapi semua itu diitung tidak ori ya.”* (Informan 1)

*“Untuk dua taun eh taun kemaren gw ga beli, taun ini niat beli lagi. Taun 2010 gw beli, 2011 ga beli. Gw ga punya kalo ori. Trus sweater, jaket, syal. Tapi syal gw hilang.”* (Informan 2)

*“Jersey gw ori ada, kemaren kebetulan baru beli gw, TU yg hitam asli Itali ada gw beli 720 yang tahun 2002-2003. gw setiap hari Jum’at wajib make batik Juventus udah mulai sekitar 6 bulanan. Ya gw ada beberapa batik yang menunjukkan bahwa gw nih Juventus, gw nih Juventini gitu loh. Terus sesaat gw lagi main futsal dengan temen-temen juga gw selalu memakai baju Juventus. Gw nongkrong terkadang gw make jersey Juventus, all about Juventus.”* (Informan 3)

*“Punya setiap musim. Gw punya satu yang ORI. Syal ada. Pertama kali gw punya ttg Juve itu gelas. Gelas gambarnya Inzaghi Del Piero sama Zidane terus abis itu gw punya baju Juve dari tahun 2001 sampe 2012 selalu gw beli, yang asli waktu itu lagi make sponsor Fastweb. Kebetulan kakak gw lagi bulan madu ke Italia dan gw dibeliin baju Juve. Syal gw punya, kaos suporter, sampe kaos kaki Juventus juga gw punya yang musim ini. Dan gw selalu punya tradisi pengalaman-pengalaman gw kemaren setiap satu minggu tiga kali pake baju atau sweater yang berbau dengan Juventus.”* (Informan 4)

Komitmen kedua yang dilakukan semua informan adalah selalu mendukung Juventus baik di kala senang maupun susah. Ketika kalah atau menang, ketika terpuruk atau berjaya. Mereka tidak segan menutupi identitasnya sebagai seorang Juventini meski Juventus sedang

terpuruk. Mereka tidak malu ketika kasus Calciopoli menerpa Juventus. Saat itu, Juventus dicap sebagai klub curang yang dianggap suka mengatur skor pertandingan. Namun, hal itu tidak mengurangi komitmen semua informan untuk mendukung Juventus. Semua informan bahkan berusaha mencari tahu lebih detail soal perkembangan kasus tersebut hingga tetap pada keyakinannya bahwa Juventus tidak melakukan kecurangan separah yang diberitakan media massa.

Mereka pun bersungguh-sungguh mendukung Juventus hingga kembali ke puncak kejayaan. Mereka tidak peduli mendapat cercaan, sindiran, atau cacian, dari *fans* klub lain. Semua informan malah merasa bangga menjadi pendukung Juventus karena mereka menganggapnya sebagai *fans* yang loyal. Tidak terpikat dengan kesuksesan klub lain dan terus mempertahankan identitasnya sebagai Juventini.

*“Setelah kita dijungkir balikan ke Seri B segala macam justru di situ gitu letak kelayalannya. Di tahun 2003 gw masih pake jaket Juve di tahun 2012 gw masih pake jaket Juve.”* (Informan 1)

*“Dan setelah gw suka Juve gw ga pernah lagi tertarik sama klub-klub lain. Setelah calciopoli juga, gw tetep juga Juve ... Calciopoli tuh Farsopoli, maksudnya tuh transkrip-transkrip telepon yang apa yah istilahnya, yang FIGC tuh... siapanya FIGC gitu, kok gw describe nya susah ya.. yah pokoknya itu lah yaa, ada transkrip telepon yang terkuak dan Juve dianggep curang. Padahal blom tentu terbukti juga”* (Informan 2)

*“Kalo menurut gw pilihan hidup gw seorang Juventini, mau Juventus main di liga serie C1, C2, selagi masih bisa streaming gw nobar.”* (Informan 3)

*“Sempet mereka turun ke divisi bawah dan mereka naik lagi gw selalu ada di samping mereka ngedukung mereka. Walaupun gw kena caci maki, dicerca, walaupun Juventus saat itu prestasinya lagi kering lagi seret gw tetep dan gw bangga menjadi Juventini.* (Informan 4)

Yang menarik adalah ketika semua informan menyejajarkan Juventus dengan keluarga. Bahkan, tiga Informan meyakini bahwa Juventus memiliki kedudukan lebih tinggi

daripada pasangannya. Komitmen yang ditunjukkan semua informan sangat besar sampai menyejajarkan bahkan melebihi kedudukan Juventus dari orang-orang terdekatnya. Informan 1 dan Informan terlihat agak kesulitan menjawab pertanyaan tersebut terutama ketika ditanya soal kedudukan Juventus dengan pasangannya. Informan 2, 3, dan 4 kemudian dengan tegas mengatakan bahwa kedudukan Juventus lebih tinggi daripada pasangannya. Informan 3 bahkan menegaskan jika ada pilihan antara pertandingan Juventus dengan kekasihnya, dia akan lebih memilih Juventus. Hal yang sama juga diucapkan Informan 4. Informan 4 pernah menyatakan langsung kepada kekasihnya bahwa Juventus memiliki kedudukan lebih tinggi. Salah satu sebab ketiga informan lebih mementingkan Juventus daripada pasangannya karena mereka sudah mengenal dan menyukai Juventus sejak kecil bertahun-tahun lamanya. Sedangkan kekasihnya baru mereka kenal hanya dalam hitungan bulan atau tahun.

Pernyataan berbeda diucapkan Informan 1 yang mengatakan bahwa Juventus dan pasangannya memiliki tempat sejajar di mata informan. Hal itu kemungkinan disebabkan Informan 1 yang akan segera menikah tahun ini sehingga mulai mementingkan pasangan. Informan 1 usianya memang paling tua dari ketiga informan lainnya. Sedangkan tiga informan lainnya belum memiliki rencana untuk menikah.

*“Maksud gw, keluarga gw bahagia gitu maksudnya. Keluarga bahagia, Juve juara itu udah jadi satu kesatuan yang mantap ... Pasangan sama Juventus. Hmm.. susah ya.. hahaha. Pasangan sama Juventus ya? hmm.. sama sebenarnya karena sama-sama pake hati menurut gw. Ya gitu lah.. sama sama saling melengkapi.”* (Informan 1)

*“Itu dia susah ya.. hahaha. Sebenarnya susah ya, sering gitu gw berantem.. hahahaha. Itu Skak tu pertanyaannya bisa diganti ga tuh?”* (Informan 2)

*“Yaa.. kalau misalnya ada malem pas Juventus ya.. sorry, hari ini milik Juventus ya kan. Kalau disuruh milih gw juga pasti milih Juventus lah karena gw lebih lama kenal Juventus daripada dia gitu.”* (Informan 3)

*“Kalo kata orang Italia, Dopo la madre amo solo la Juve. Artinya setelah Ibu saya, saya hanya mencintai Juventus.... Jujur, cewe gw pernah SMS gw waktu masih jadian, ‘bib, sebenarnya pacar kamu itu aku atau Juventus sih?’ trus gw jawab aja*

*bang, 55 persen pacar aku Juventus sisanya baru kamu.. hahaha.. aduh makanya sejak saat itu agak-agak.... yah daripada bohong bang.”* (Informan 4)

Informasi tambahan berkaitan dengan konsep komitmen dari Informan 3. Informan 3 melanjutkan komitmennya sebagai Juventini dengan memperkenalkan Juventus kepada teman-teman sebayanya. Dia ingin menunjukkan bahwa inilah klub yang didukungnya. Dengan bangga Informan 3 memperlihatkan identitasnya sebagai Juventini dan mempromosikan Juventus. Informan 3 mempromosikan Juventus kepada teman-temannya bahwa Juventus adalah klub yang hebat dari segi prestasi serta memiliki pemain berloyalitas tinggi.

*“Yang gw pernah gw lakuin sih memperkenalkan Juve kali ya. Memperkenalkan Juve pada temen-temen gw bahwa ini loh tim yang menurut gw hebat, ya hebat dari ga segala dari tittlenya aja tapi punya pemain yang punya loyalitas tinggi.”* (Informan 3).

Secara garis besar, konsep komitmen terdapat dalam diri semua informan sebagai lanjutan dari pembentukan identitas sebagai *fans*. Pertama, mereka menunjukkan komitmennya sebagai penggemar Juventus dengan memiliki atribut dan pernak-pernik Juventus. Semuanya adalah atribut berupa sandang. Mereka sering memakainya dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjukkan identitasnya sebagai seorang Juventini. Itu merupakan bentuk keyakinan terhadap pilihan yang diputuskan semua informan. Semua informan juga berkomitmen untuk selalu mendukung Juventus baik di kala senang maupun susah. Mereka tidak segan menutupi identitasnya sebagai seorang Juventini meski sedang terpuruk. Seperti periode 2006-2007 ketika Juventus dihukum degradasi ke Seri B karena terlibat kasus pengaturan wasit. Mereka bersungguh-sungguh mendukung Juventus hingga kembali ke puncak kejayaan tidak peduli cercaan dari *fans* klub lain. Kemudian semua informan berkomitmen menempatkan Juventus di atas pasangannya kecuali Informan 1. Informan 2, 3, dan 4 telah menegaskan bahwa Juventus memiliki posisi lebih tinggi. Sementara Informan 1 menempatkan Juventus sejajar dengan keluarga dan pasangannya. Hal itu disebabkan karena Informan 1 akan segera menikah tahun ini sehingga mulai berpikir lebih realistis bahwa pasangan hidup lebih penting dalam kehidupannya. Khusus Informan 3,

dia memiliki komitmen memperkenalkan Juventus kepada teman-teman sebayanya. Dia ingin menunjukkan bahwa inilah klub yang didukung dan dibanggakannya.

#### **4.5. Proses Pembentukan Identitas Sosial**

Setelah memiliki identitas diri sebagai *fans* klub Juventus atau Juventini, mereka terlibat dalam pembentukan identitas sosial yakni masuk ke dalam sebuah kelompok untuk memperkuat identitas mereka secara pribadi. Dalam teori identitas sosial memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka (Tajfel dan Turner, 1979). Setelah bergabung dengan kelompok, individu akan berpikir bahwa kelompok lebih unggul dari kelompok lain. Dengan demikian akan meningkatkan citra mereka sendiri. Dalam identitas sosial, terdapat tiga komponen utama, yakni kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial.

Kategorisasi merupakan tahapan memahami dan mengidentifikasi kelompok dan lingkungan sosial. Individu dikategorikan untuk lebih memahami saat berhubungan dengan mereka. Identifikasi merupakan tahapan lanjutan dari pembentukan identitas sosial. Pada tahap ini individu mengadopsi identitas kelompok yang sudah dikategorikan. Mulai bertindak dengan cara-cara yang diyakini sebagai anggota kelompok. Ada makna emosional dengan kelompok dan harga diri seseorang sehingga merasa terikat dengan keanggotaan kelompok. Terakhir adalah perbandingan sosial, yakni tahapan berikutnya dari pembentukan identitas sosial. Setelah individu mengenal dan memahami kelompok, kemudian mengadopsi identitas kelompok, berikutnya individu mulai membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Ada usaha untuk mempertahankan kelompoknya lebih baik dari kelompok lain. Dari hasil wawancara, semua informan terdapat proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial dalam pembentukan identitas anggota komunitas JCI. Selain itu, semua informan juga aktif di komunitas mulai dari sekadar interaksi hingga menyerap nilai-nilai budaya organisasi.

##### **4.5.1 Kategorisasi**

Kategorisasi menjadi tahapan pertama dalam pembentukan identitas kelompok. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa kategorisasi merupakan tahapan memahami dan mengidentifikasi kelompok. Kategorisasi dilihat sebagai sistem orientasi yang membantu untuk membuat dan menentukan tempat individu dalam masyarakat. Semua informan memberikan pernyataan yang senada. Informan mengategorisasi dirinya dengan komunitas berawal dari rasa penasaran dan keingintahuan tentang komunitas JCI. Ketika informan

menetapkan dirinya dalam kategori *fans* Juventus, maka timbul rasa ingin tahu mereka dalam konteks *fans* Juventus secara sosial, dalam hal ini adalah komunitas JCI. Mereka mencari informasi tentang komunitas karena ingin mendalami identitas diri sebagai seorang Juventini.

Teman sebaya atau *peer group* dan media menjadi faktor paling dominan dalam membentuk identitas sosial para informan. Seperti yang dilakukan Informan 1 dengan mencari tahu tentang kelompok *fans* Juventus. Pertama kali mendapat informasi dari temannya yang merupakan penggemar AC Milan. Kemudian melanjutkan jawaban rasa ingin tahunya lewat media internet. Sama halnya dengan informan 2 dan 4. Sedikit berbeda dengan informan 3 yang mengetahui JCI dari keseringannya kumpul-kumpul dengan rekan sesama Juventini. Informan 3 merasakan cikal bakal terbentuknya JCI sejak 2002, sekitar periode tersebut, media internet belum merambah seperti sekarang ini. Apalagi, media-media sosial seperti *facebook* dan *twitter* juga belum ada. Sedangkan web komunitas baru muncul sekitar tahun 2006. Namun, Informan 3 mengenal komunitas dari sepupunya yang berarti dari lingkungan keluarga atau teman sebaya.

*“Internet ya. tau dari internet gw. Oo kalo tau dari internet itu tau secara ini ya. tapi gw justru tau dari temen gw tapi bukan anak Juventus. Temen gw anak fans klub lain... Milanisti Indonesia. Milanisti kan udah besar banget di sini. Nah gw cari tau ada ga Juventini ternyata ada. Juventini kan baru terbentuk setelah degradasi itu.* (Informan 1)

*“Dari facebook, trus gw diajak gabung sama Agus Budisantoso Februari 2009 eh 2010. Pertama kali acaranya tuh futsal. Pokoknya futsal dulu masih di GS. Kita nobar di GS juga pas lawan Bari. Eh Bari apa Bologna ya gw lupa yang kalah 0-1..* (Informan 2).

*“gw kenal nobar itu sama JFCI (Juventus Fans Club Indonesia) itu dikenalin sama sepupu gw si Rangga”* (Informan 3)

*“Pertama kali gw kenal JCI jelas dari internet. Karena temen-temen sebaya gw jarang ya yang ikut organisasi dan mencintai Juventus jadi gw kurang informasi. Tapi iseng-iseng waktu itu ada satu temen gw dia bilang katanya Juventus itu punya*

*web pribadi dan suka ngadain nonton bareng. Gw cari lah, googling ternyata mereka ada web itu dan markasnya di Vidi Arena.” (Informan 4)*

Setelah mencari tahu adanya komunitas dari teman dan media, semua informan lalu merasa sudah menemukan sebuah wadah. Informan 1 merasa sudah menemukan kunci yang hilang untuk masuk ke dalam komunitas. Ada rasa keingintahuan lebih jauh seperti yang dikemukakan Informan 2. Kemudian Informan 3 awalnya hanya sekadar ikut nobar, tetapi lama kelamaan menaruh simpati pada komunitas. Sedangkan Informan 4 memutuskan masuk ke komunitas karena merasa ada yang kurang sebagai *fans*.

*“Nah sekarang gw merasa apalagi setelah degradasi gitu kan gw merasa bahwa gw sebagai suporter yang tanda bintang loyal gitu kan, tapi ya gw pengen tau gitu ada ga sih sebenarnya apa lagi temen gw yang Milanisti itu bilang bahwa dia punya satu wadah gitu kan. Nah gw jadi tertarik untuk nyari ada ga sih di Juve ini. Jadi dari ketertarikan itu dulu gitu. Gw sebenarnya pengen tau di Indonesia ini ada apa ngga. Setelah tau ada ya itu gw masuk. Kenapa masuknya ya karena gw yaa lo nemuin kunci yang ilang ya langsung okelah gw masuk gitu.” (Informan 1)*

*“Karena gw pengen tau aja, Juventus kaya gimana. Secara gw kan awam tuh tentang bola, keluarga gw juga ga ada yang ngerti bola dan kebetulan gw suka bola. Jadi interest aja gitu, pengen tau.. pengen ngedalamin juga.” (Informan 2)*

*“2003 itu ada JFCI (Juventus Fans Club Indonesia) dia lebih condong ke daerah anak-anak Tangerang Selatan dan gw juga kalo nongkrong di sana di daerah Bintaro terus Bintaro ujung sektor 9, sektor 7, Jurangmangu lebih tepatnya, terus semenjak mba Wiwi berangkat ke Itali ga balik-balik lagi sempet vakum juga tuh kita tuh, sempet vakum JFCI, bubar, jarang ketemu-ketemu lagi. (Informan 3)*

*“Gw ngeliat dari temen-temen gw juga mungkin dia pendukung tim lain kaya tim Liga Spanyol, Liga Inggris, mereka selalu bilang, “woi bib, lo udh jadi pendukung resmi tim ini belum, gw punya ID Card ini, gw punya ID Card ini,” waktu itu gw emang ngerasa sebagai Juventini gw udah loyal banget ngedukung Juve, tapi kayanya ada yang kurang aja di diri gw.” (Informan 4)*

Setelah mengetahui JCI. Semua informan sepakat untuk masuk komunitas JCI tanpa pikir panjang. Mereka merasa menemukan tempat yang cocok yakni komunitas yang memiliki kesukaan dan hobi sama terhadap sesuatu. Kategori merupakan sistem orientasi untuk menentukan tempat setiap individu dalam masyarakat. Ketika muncul kategori *fans* sebuah klub sepak bola, maka tempat *fans* tersebut adalah komunitas *fans* klub sepak bola. Setelah mengetahui adanya komunitas *fans* Juventus, semua informan langsung bertindak untuk masuk sebagai anggota. Informan 1 begitu mengetahui ada komunitas tanpa pikir panjang langsung mendaftar sebagai anggota. Hal yang sama juga dilakukan Informan 2 dan Informan 4. Informan 4 bahkan merasa lebih resmi sebagai pendukung Juventus jika masuk ke komunitas JCI. Informan 3 sudah menjadi anggota JFCI yang merupakan cikal bakal terbentuknya JCI. Ketika JFCI bubar dan mendengar ada komunitas baru bernama JCI, maka Informan 3 memutuskan untuk terlibat dalam kegiatan-kegiatannya dan menjadi anggota.

*“Ya kalo lo nemu kunci hilang, saat kunci lo ketemu kan udah lega kan lo. Sama aja kan kaya gw nyari ada ga sih komunitas Juve dan ternyata ada gitu ya gw ga usah pikir dua kali lagi. Ya gw ikut.”* (Informan 1)

*“Yah karena gw suka Juventus, karena gw cinta Juventus. Masa gw sukanya Juventus gw gabungnya United Indonesia? Makanya gw langsung masuk..”* (Informan 2)

*“2006 gw dapet kabar ada pecahan yang buat nama Juventus Club Indonesia (JCI) nah Gw mulai respek tuh terhadap mereka nongkrong di bang Hoody, nongkrong di Kemang dulu yang akhirnya lama-lama di Vidi homebase pusat”* (Informan 3)

*“Kalo misalnya gw masuk ke JCI gw merasa lebih resmi dan lebih ada rasa simpati yang lebih dan respek yang lebih terhadap Juventus. Jadi gw memutuskan untuk masuk Juventus Club Indonesia atau JCI.”* (Informan 4)

Setelah menemukan tempat kesamaan hobi, semua informan tanpa pikir panjang langsung memutuskan untuk masuk dan mendaftar sebagai anggota. Mereka terlibat dalam beberapa kegiatan JCI. Setelah itu, mereka bisa mengidentifikasi bahwa JCI adalah

komunitas yang besar dan profesional. Informan 1 melihat JCI sebagai organisasi non-profit yang didasari oleh kelayakan para anggotanya terhadap Juventus, Informan 2 melihat JCI sudah memiliki undang-undang rumah tangga dan aturan-aturan organisasi. JCI juga memiliki banyak cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, Sedangkan Informan 4 melihat JCI sebagai organisasi yang bagus dalam hal menyampaikan informasi dan berusaha mengajak Juventini untuk ikut terlibat. Informan 3 melihat JCI sebagai organisasi profesional, tetapi dia menilai komunitas ini dijadikan lahan bisnis. Padahal komunitas ini terbentuk dari rasa suka terhadap Juventus yang seharusnya memiliki kedekatan emosional.

*“Ya namanya organisasi basis fans gitu ya bukan organisasi mencari keuntungan. Hampir sama kaya NGO. Non profit iya bahasanya itu kan. Organisasi kaya gitu kan apa namanya. Modal utamanya itu kan kelayakitan anggotanya gitu. Jadi kalo ditilik dari situ sih gw bilang udah bagus. Organisasi apalagi fans apa basis fans gitu kan basisnya orang-orang individual. Ketika di dalamnya orang-orang itu kan banyak kepala, ketika banyak kepala banyak argumen banyak segala macemnya, dan itu semua dipengaruhi sama Juventusnya langsung.” (Informan 1)*

*“Menurut gw tuh, JCI udah merupakan organisasi yang besar yah, secara udah ada undang-undang rumah tangganya, terus banyak juga anak-anak JCI chapter lain.” (Informan 2)*

*“JCI tuh menurut gw organisasi besar ya, organisasi yang sangat-sangat besar yang harusnya lebih... sangat professional harus dikelola dengan professional karena menurut gw itu ladang bisnis juga, bisnis untuk membership... intinya terbentuk Juventus Club Indonesia itu kan dari rasa kita suka, rasa suka terhadap Juventus, kedekatan emosional, intinya membangun kedekatan emosional bukan mencari nafkah kali yak kalau kita liat lebih parah lagi mencari nafkah dan sekarang terlihat seperti itu di Juventus Club Indonesia.... Tapi menurut gw JCI tuh organisasi besar kalau bisa di Indonesia seperti KNPI lah klo menurut gw yaa KNPI cukup besar juga organisasi itu, sama lah menurut gw.” (Informan 3)*

*“Menurut gw pendapat tentang JCI Indonesia ya bagus, baik. Secara penyampaian, secara persuade, mengajak seluruh Juventini, caranya mereka bagus, pengiklanan diri mereka juga bagus trus tempat mereka juga layak untuk dijadiin tempat nobar, banyak faktor ... ternyata pilihan gw ga salah karena anak-anaknya cukup satu pemikiran dan satu pandangan ke depannya visionernya tuh sama kaya gw ke depannya.”* (Informan 4)

Dua informan kemudian memahami bahwa JCI di dalamnya kerap terdapat perbedaan pendapat. Mereka bisa memilah mana cara mendukung Juventus yang baik dan yang benar. Informan 1 berusaha menilai banyak anggota yang malah mencela bukan mendukung atau minimal memberikan kritik yang membangun kepada Juventus. Sedangkan Informan 4 juga mendukung pernyataan yang dilontarkan Informan 1. Di JCI terdapat beberapa perbedaan cara mendukung Juventus yang baik dan yang buruk.

*“Setelah ke sini Juve agak naik dikit terus ancur-ancur-ancur lagi ya banyak silang pendapat lah saling ini saling ini saling ini sementara misi utamanya JCI itu yang gw tau, eh bukan misi ya, visinya itu mendukung. Mendukung itu boleh saran boleh kritik tapi tidak mencela. Nah dari fluktuasi Juve yang lagi turun itu banyak fans-fans yang justru mencela bukan ke arah mengkritik.”* (Informan 1)

*“Tapi kebanyakan dari mereka dan gw udah dewasa jadi gw harus bisa memilih gimana cara ngedukung yang baik dan gimana cara ngedukung yang buruk..”* (Informan 4)

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep kategorisasi merupakan tahapan pertama dari semua informan dalam membentuk identitas sosial sebagai anggota komunitas JCI. Semua informan memiliki jawaban yang sama bahwa ada rasa keingintahuan sehingga memutuskan untuk lebih mengenal dan memahami komunitas JCI. Informasi yang mereka dapatkan berasal dari teman atau lingkungan sosial dan media internet. Setelah menemukan wadah untuk penyuka klub Juventus, semua informan tanpa pikir panjang langsung masuk dan mendaftar menjadi anggota JCI. Kategorisasi merupakan sistem orientasi yang membantu untuk menentukan tempat individu dalam masyarakat. Dalam hal ini, semua informan sudah terkategori sebagai *fans* Juventus dan menemukan

tempat di masyarakat yakni komunitas *fans* JCI. Setelah masuk dan menjadi anggota JCI. Informan kemudian memahami komunitas JCI lebih jauh. Semua informan sepakat bahwa JCI adalah organisasi komunitas berbasis *fans* yang besar dan profesional. JCI merupakan organisasi non-profit yang ditunjang oleh kelayakan para anggotanya. JCI juga menjadi organisasi profesional yang sudah memiliki undang-undang. Sedangkan Informan 4 melihat JCI adalah organisasi yang bagus dalam menyampaikan informasi dan berusaha mengajak semua Juventini baik yang menjadi anggota maupun yang bukan anggota untuk ikut terlibat dalam kegiatan-kegiatannya. Namun, Informan 3 menggarisbawahi bahwa JCI juga memerhatikan sisi bisnis. Padahal organisasi *fans* klub seperti ini seharusnya didasari pada kedekatan emosional. Kemudian dua informan bisa mengidentifikasi bahwa di JCI terdapat perbedaan pendapat. Seperti bagaimana cara mendukung Juventus yang baik dan benar.

#### 4.5.2 Identifikasi

Identifikasi merupakan tahap berikutnya dari kategorisasi. Setelah individu mengenal dan memahami kelompok sosial, maka individu mulai mengadopsi identitas kelompok tersebut. Dalam hal ini, semua informan yang sudah terkategori sebagai *fans* Juventus kemudian menemukan tempat di masyarakat yakni komunitas JCI. Mereka lalu mengadopsi identitas komunitas JCI. Pertama, semua informan sepakat bahwa mereka harus mengikuti misi utama JCI bahwa sebagai Juventini harus selalu mendukung saat Juventus terpuruk. Boleh memberikan kritik tetapi bukan cacian atau cemoohan kepada Juventus. Semua informan bertindak dengan cara-cara yang diyakininya sebagai seorang anggota *fans* klub JCI. Ada makna emosional untuk identifikasi dengan kelompok dan harga diri dari setiap informan agar menjadi terikat dengan keanggotaan kelompok, yakni dengan menjalankan misi utama JCI.

Informan 1 memberikan pernyataan yang sedikit ekstrim terkait misi utama JCI. Informan 1 mengumpamakan JCI sebagai kiblat selain Ka'bah. Dia akan mengikuti ke mana JCI bertindak, yakni selalu mensupport Juventus. Sedangkan Informan 2 mengatakan akan mengikuti sikap JCI yang selalu mendukung Juventus saat berada di bawah atau di atas. Hal yang sama dikatakan Informan 3 dan Informan 4 bahwa mereka tidak pernah mencaci karena mengikuti misi JCI yang selalu mendukung Juventus. Semua informan tidak hanya mempertahankan komitmen identitas pribadinya sebagai Juventini. Tetapi juga mengadopsi identitas komunitas dengan cara bertindak apa yang dilakukan JCI terhadap Juventus. Hal itu

juga bisa dilihat dari salah satu yel Juventus Club Indonesia yang biasa dinyanyikan saat nonton bareng:

*Malam ini Juventini Beraksi  
 Kan Bernyanyi dan Menari Tanpa Henti  
 Menang Kalah Tak Peduli  
 Menang Kalah Tak Peduli  
 Hitam Putih Tetap Dihati!*

Berdasarkan salah satu yel komunitas JCI tersebut, semua informan memaknainya bahwa sebagai Juventini yang menjadi anggota JCI harus terus selalu mendukung Juventus. Menang atau kalah mereka diminta untuk terus mendukung Juventus.

*“Nah, dari situ gw punya prinsip ya udah karena gw adalah member JCI kiblat gw ke Juventus selaen ke Ka’bah, eh ke Ka’bah, ke JCI maksudnya gitu. Jadi kiblat gw ke dia gitu. Ketika JCI bilang kita harus jalan ke arah barat, ya gw ke arah barat. Meskipun yang tadi banyak sparatisme itu ke arah kiri ke arah selatan tapi gw tetep condong ke sana terus ke visi utamanya mensupport.” (Informan 1)*

*“Harus ada untuk mendukung di saat timnya di bawah atau di atas, menurut gw itu udah sejati lah, ga perlu mencemooh pemainnya, pelatihnya.” (Informan 2)*

*“Kalau menurut gw pemain adalah dewa lo. 11 tim, 11 pemain itu yang di lapangan itu dewa lo, sejelek-jeleknya pun itu dewa lo harus disanjung lah, boleh ngasih kritikan tapi jangan kritikan pedes.” (Informan 3)*

*“Gw ga pernah mencaci karena gw tau seperti yang gw bilang pemain yang kita dukung siapapun itu harus kita dukung walopun kalah gw tetep dukung Juve.” (Informan 4)*

Semua informan kemudian selalu berusaha menunjukkan identitas sebagai anggota JCI dengan memakai atribut-atribut Juventus dan JCI ketika menjalankan kegiatan. Seperti yang disebutkan sebelumnya, ada usaha dari individu untuk menjadi terikat dengan kelompoknya. Dalam hal ini, semua informan memakai atribut Juventus dan JCI untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan memperlihatkan identitasnya sebagai *fans* Juventus, mereka memiliki rasa kebersamaan dan kesatuan. Atribut yang digunakan pun bermacam-macam tetapi yang utama adalah kaus atau *jersey* Juventus. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, semua informan juga pernah menggunakan syal ketika beraktivitas bersama JCI.

*Tapi beda banget ketika gw bareng sama anak Juventini. Pasti identitasnya dikeluarin banget kalo gw anak Juventini. Sama kaya spiderman nemu penjahat dia akan pake topengnya akan lompat-lompatan ngejar penjahat. Tapi ketika gak sedang ada acara Juve ya biasa aja jadi wartawan biasa pake kamera. Ga terlalu diperlihatkan sebagai identitasnya. Tapi ketika sudah di satu identitas ya udah memang mesti Juve banget.”*  
(Informan 1)

*“Iya dong. Justru di situ lah gw ngerasa ada kesatuan ketika smuanya pake baju Juve, misal pas nobar. Itu kerasa banget..”* (Informan 2)

*“Ya pasti lah.. Atribut Juve pasti selalu gw pake ketika nobar. Apapun itu, mulai dari kaos sampe syal.”* (Informan 3)

*“Ga mesti pake jersey sih bang. Tapi terkadang kaos gitu-gitu. Eh iya, maksudnya atribut ya.. iya itu udah pasti. Kaya syal, bahkan sampe sweater juga gw kegerahan juga tetep gw pake.”* (Informan 4).

Pengadopsian identitas yang ketiga adalah saat semua informan ikut menyanyikan yel-yel Juventus dan komunitas JCI. Komunitas JCI menyebut yel-yel dengan sebutan “*cori*”. Mereka bernyanyi, berteriak, dan bersorak ketika menonton Juventus bersama komunitas JCI. Semua informan juga mengatakan bahwa mereka cukup hafal dengan beberapa yel yang kerap dinyanyikan saat nobar. Yel-yel dan lagu dukungan memang tidak memberikan pengaruh apa-apa buat Juventus karena perbedaan tempat dan jarak. Tapi dengan menyanyikan yel-yel atau *cori*, mereka merasa memiliki spirit dan merasa menjadi lebih

Juventini. Apalagi ketika bernyanyi bersama rekan-rekan sesama Juventini lainnya. Mereka merasa seperti mendukung Juventus langsung di stadion. Mereka menganggap jika tidak bernyanyi maka sama saja seperti nonton di rumah sendirian. Informan 3 bahkan merasa bahwa mental pemain Juventus akan terangkat jika mengetahui tingginya antusiasme *fans* di Indonesia. Itulah mengapa, Informan 3 benar-benar mengeluarkan jiwa dan energinya sebagai *fans* klub Juventus. Yang menarik, Informan 3 termasuk salah satu pemberi komando yel ketika nobar.

*“Memang yang memperkenalkan gw tentang yel-yel itu ya komunitas. Gw merasa lebih jadi Juventini.”* (Informan 1)

*“Selalu, setidaknya mencerminkan kalo gw ini Juventini. Apalagi gw juga ikutan nyanyi-nyanyi yel-yel serasa udh kaya di stadion... Sebagian besar sih apal, sebagian besar. Ada juga beberapa yang nggak ... Berbagi sedih senang saat tim kalah, kerasa banget kan tuh kalo Juve kalah ya kita semua yang ikut nobar berasa senasib sepenanggungan...”* (Informan 2)

*“Satu bro kalau lo semakin banyak lo ngumpul semakin banyak lo teriak-teriak spiritnya Itali. Spiritnya Juve tuh bener-bener keliatan dan media kita harus berterima kasih pada media bahwa Juventini Indonesia adalah kedua terbesar setelah Italia. Ya.. pemain mendengar bahwa di Indonesia, di Cina, di imana, di Singapura, di mana, semakin banyak pendukungnya semakin mental lo semakin naik lah bro, spiritnya semakin beda, itulah lo spirito Juvenya ... Yaaa kebetulan Cori bro. Kalo menurut gw lo nobar, diem, nonton doang, sama aja bro nonton di rumah kalo menurut gw.”* (Informan 3)

*“Sama aja kaya nonton di rumah. Yang tadinya gw ga tau cori-cori Juventus, akhirnya gw tau, gw download, gw minta teksnya, akhirnya gw sedikit demi sedikit gw punya corinya gw hapal sedikit demi sedikit jadi bisa ikut memberikan suport kepada Juventus... contohnya kaya lagi nobar, gw ikutan cori lah, ikutan nyanyi lah, ikutan semangat, joget-joget, dan gw ikut kaya perayaannya. Ato tradisi-tradisi kaya di stadion Juve kan ada nyanyiannya ya namanya Storia di Un Grande Amore ya gw suka nyanyi sampe gw ngapalin lagunya.”* (Informan 4)

Bukan hanya atribut dan yel, tiga informan juga menggunakan bahasa atau istilah-istilah yang biasa dipakai di lingkungan JCI. Mereka memakai istilah-istilah tersebut untuk menyebut klub yang menjadi musuh besar Juventus, yakni Inter Milan dan AC Milan. Mereka menggunakan istilah macam “merda” (kotoran) dan “vaffanculo” (brengelek) untuk menyebut dua klub tersebut. Namun tidak tertutup kemungkinan mereka menyebut klub lainnya dengan istilah yang sama. Istilah tersebut adalah istilah dalam bahasa Italia yang dipakai orang Italia untuk menghina suporter klub lainnya. Istilah itu kemudian dipakai oleh fans Juventus di komunitas JCI. Informan 1 mengatakan frase tersebut memang sudah melekat pada satu tim yakni Inter Milan dan AC Milan. Informan 2 mengaku sering mendengar istilah “merda” ketika nobar sehingga membuatnya ikut menyebut Inter dengan sebutan “merda” di kehidupan sehari-hari. Informan 3 mengetahui istilah itu dari salah satu rekannya di komunitas, pada saat itu juga Informan 3 langsung berteriak “merda” untuk melampiaskan kebencian terhadap Inter Milan. Informan 4 bahkan mengaku bahwa dirinya sangat membenci sebuah klub tertentu ketika nonton bareng. Secara tidak sadar, Informan 4 mengadopsi identitas kelompok yang membenci suatu klub tertentu. Padahal ketika di luar komunitas, Informan 4 mengaku tidak terlalu membenci klub-klub tersebut.

*“Ya, Merda itu kan udah frasenya sama Inter di Itali sana. Drughi dan fans Juve lainnya juga seperti itu. Drughi itu fans garis keras di Italia. Jadi Inter dan merda itu sudah salah satu frase. Tapi bukan hanya Inter aja sebenarnya. Milan pun juga gitu, Milan merda.” (Informan 1)*

*“Turun nih kita selalu nobar ngomong nih merda, merda, merda. pasti berbahasa merda pezzo di merda.” (Informan 2)*

*“Gw dapet dari bang Jeje, bang Jeje itu dulu pengurus pusat sekjen pusat, wakil kedua juga pernah juga JCI pusat. Gw kenal, apa sih merda, gw pernah tau pas karena dia ngatain anak Laziale pake baju Lazio tapi jaketnya jaket Inter, merdaaa...Gw tanya “bang, merda apaan sih bang?” “tai”, dia bilang gitu, “kotoran”. “ooh..okei” gw bilang gitu. Itulah merda, makanya kalau misalnya gw ngeliat Inter sama Roma sinyal gw kuat bro, sinyal Indosat gw kuat ya kan.” (Informan 3)*

“Kenapa setiap gw ikut nobar bareng JCI itu rasa benci gw terhadap pemain terhadap klub tersebut itu tensi gw naik. Wah gw benci banget nih sama pendukung Inter Milan, gw benci banget ama pendukung AC Milan, sama pendukung SS Lazio gw benci banget, gw benci banget kalo nobar bareng mereka. Vaffanculo atau orang Milan bilangnya Stronzo bahasa Italinya. Namanya gw orang biasa gw kedoktrin maaf ya gw sebut.” (Informan 4)

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua informan menjalankan tahap lanjutan dari identitas sosial, yakni mengadopsi identitas kelompok dan bertindak dengan cara-cara yang diyakini oleh anggota komunitas JCI. Pertama, semua informan menjalankan apa yang menjadi misi JCI yakni mendukung klub Juventus baik saat sedang terpuruk atau sedang berjaya. Boleh memberikan kritik tetapi bukan cacian atau cemoohan kepada Juventus. Semua informan bertindak dengan cara-cara yang diyakininya sebagai seorang anggota JCI agar tercipta makna sosial agar menjadi terikat dengan komunitas JCI. Kedua, semua informan berusaha menunjukkan identitas kelompok dengan memakai atribut-atribut Juventus dan JCI. Itu merupakan usaha kedua agar menjadi sebuah kesatuan dengan komunitas. Ketiga adalah mengadopsi identitas komunitas dengan cara menyanyikan yel-yel atau *cori* ketika nonton bareng. Mereka ikut menjalankan tradisi yang dilakukan komunitas JCI dengan menyanyikan lagu mars Juventus. Terakhir, semua informan ikut menggunakan istilah-istilah yang kerap dipakai oleh komunitas JCI. Istilah-istilah itu sebagian besar untuk menyebut klub-klub rival seperti Inter Milan dan AC Milan.

#### 4.5.3 Perbandingan Sosial

Perbandingan sosial adalah tahapan ketiga dari identitas sosial. Seperti yang sudah diungkapkan bahwa setelah seseorang dikategorikan sebagai bagian dari kelompok dan diidentifikasi dengan kelompok, selanjutnya akan ada kecenderungan untuk membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Semua informan sudah sampai pada tahap ini. Mereka membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Seperti yang diungkapkan pada level komitmen identitas sebagai Juventini bahwa semua informan menilai diri mereka sebagai *fans* yang loyal. *Fans* yang tidak beralih ke klub lain ketika Juventus sedang mengalami keterpurukan. Apalagi, mereka tetap mendukung Juventus ketika Juventus berada di posisi terendah yakni saat didegradasi ke Seri B tahun 2006. Mereka tetap setia menunggu sampai

Juventus kembali ke puncak kejayaan. Itulah yang membuat mereka berani membandingkan dengan *fans* klub lain. Semua informan sepakat melihat beberapa *fans* klub lain adalah *fans* yang kurang loyal, karbitan, dan *glory hunter*. Karbitan dan *glory hunter* adalah sebutan atau panggilan terhadap *fans* yang baru menyukai klub tertentu ketika berjaya dan mungkin akan beralih ke klub lain jika klubnya mengalami keterpurukan.

Semua informan pun memberikan jawaban yang sama bahwa *fans* klub Barcelona (Barca) adalah pendukung karbitan. Mereka tidak yakin jika klub tersebut terpuruk, *fans-fansnya* akan tetap loyal mendukung Barcelona atau tidak. Beberapa *fans* klub lain juga disebut oleh informan seperti Liverpool, Real Madrid, Chelsea, Inter Milan, AS Roma, dan Manchester United (MU). Sementara Informan 3 menambahkan bahwa selain Barcelona ada Real Madrid, Chelsea, dan klub-klub Liga Inggris yang pendukungnya merupakan pendukung karbitan. Informan 3 menyebutnya dengan istilah “ababil” atau ABG labil. Artinya hampir sama dengan pendukung karbitan, tidak loyal, dan mudah berganti klub. Lebih lanjut, dia menambahkan bahwa *fans* klub lain seperti Barcelona, Madrid, dan Chelsea hanya sebatas gaya hidup. Mau menunjukkan idetitasnya ketika timnya menjadi juara saja, Sementara Informan 4 menambah satu contoh klub lagi yakni MU. Namun, dia menekankan bahwa tidak semua pendukung MU adalah *fans* karbitan.

*“Tiap fans klub yang sekarang ni kaya Barca segala macam semuanya tu glory hunter kalo gw bilang.... lo jadi Liverpoolian pas masih anjlok, tapi kenapa elu selalu bangga-banggain gw udah lima kali juara Champions. Itu tetap glory hunter ... Kalo karbitan itu parameternya agak abu-abu. Bakal juara sekarang besok Madrid jadi juara ya ganti jadi Madrid. Atau pacarnya ngomong Juventus jelek, lo harus milih Dortmund, trus lo berubah jadi Dortmund.”* (Informan 1)

*“Barca kalo ada tifosi karbitan tuh kayanya gimana gitu. Mau ngomong karbitan tapi ga enak. Sok tau gitu... Istilahnya mereka mendukung di saat klub itu lagi di atas, di saat mungkin klub itu di bawah mereka ga mendukung. Mungkin mereka pindah ke klub lain ya kan? Mungkin.. siapa tau ya kan. Gw juga baru kenal Barca dari Frank Rijksard, Ronaldinho, trus juara 2009.”* (Informan 2)

*“Malah dulu yang suka Barca itu malah lebih tau legenda Juve daripada gw. Istilahnya gw ditanya nih, Ravanelli nomor berapa dulu, gw jawab salah, trus dia bilang wah salah tuh.. eh tapi sekarang dia fans Barca. Cules dia cules.. Dulu juga banyak di kampus. Terutama di kelas, dulu mah kelas gw rata-rata kan kelas biasa lah yang gw tau fanatik klubnya jarang. Paling ada beberapa orang. Cuman sekarang banyak aja gitu tuh jersey Barca dipake, setau gw dulu mereka netral aja gitu tim bola manapun didukung. Ya kaya tarohan ya kan ga bergantung sama satu klub. (Informan 2)*

*“Liga inggris kan masuk ke Indonesia baru tahun 2000 ke atas nih bro, ya rata-rata penggemarnya ababil, ya yang baru tau tentang bola, ngertinya tentang bola, yang taunya kick and rush.” (Informan 3)*

*“Gw menjadi seorang Juventini tuh bukan gaya hidup, tapi pilihan hidup, Beda dengan banci-bancilona, terus kaya Madrid-Madrid gak jelas, Gaya hidup lo pake jersey ini jersey Chelsea nih, kemarin menang Champions, itu gaya hidup bro. terus ya Chelshit, tuh gak jelas, itu kan rata-rata kan ya pas berjaya okelah ya lo ababil ya kan.” (Informan 3)*

*“Rata-rata anak Roma ya menurut gw ababil ya cukup ababil tapi lebih ababilan Inter gitu loh yang sok-sokan ya treble winner lah.” (Informan 3)*

*“Gw nganggep fans itu karbitan kalo misalkan mereka mendukung sebuah tim di saat tim itu sedang di atas aja. Jadi gw anggap fans lain beda-beda kebanyakan sih gw anggep mereka karbitan dan ngeselin. Menurut gw Barcelona. Sama pendukung MU yang sekarang-sekarang. Rata-rata yang masih pada baru-baru demen bola. Tapi beda sama fans MU yang emg udah suka sejak lama.” (Informan 4)*

Yang menarik,. JCI bukan satu-satunya fans klub Juventus di Indonesia. Ternyata ada kelompok fans Juventus lain yang menamakan dirinya Drughi Indonesia. Drughi Indonesia memang tidak sebesar JCI, bahkan JCI menganggap Drughi Indonesia hanya kelompok suporter sempalan. Nama Drughi diambil dari kelompok suporter garis keras atau biasa disebut *Ultras* di Italia. Dalam perkembangannya, kelompok Drughi memusuhi semua yang

bukan menjadi bagian dari Drughi itu sendiri. Mereka bahkan memusuhi kelompok-kelompok suporter Juventus lainnya karena merasa memiliki visi dan misi sendiri. Yakni hanya mendukung Juventus dan tidak menghargai klub lain sebagai bagian dari kompetisi. Kemudian beberapa pendukung Juventus di Indonesia mengadopsi nama tersebut untuk dijadikan sebagai komunitas. Tapi menurut Informan 1, Drughi hanya berkiblat ke suporter Drughi yang asli di Italia. Mereka mengambil budaya-budaya Italia dan berusaha diterapkan di Indonesia tapi pada kenyataannya tidak sesuai dan salah kaprah. Menurut Informan 1, *fans* Juventus di Indonesia seharusnya menjadikan Juventus sebagai kiblat mereka, bukan menjadikan suporter Drughi sebagai kiblat. Akibatnya, terjadi tindakan yang tidak diinginkan karena penerapannya yang tidak cocok dengan budaya di Indonesia. Ujung-ujungnya, yang jelek adalah nama Juventus dan *fans* Juventus di Indonesia.

*“Makanya kalo ketika ada suatu komunitas tapi kiblatnya ke arah suporter. Gampangnya adalah Drughi, kiblatnya tuh ke suporter kan kalo menurut gw. Ujungnya ke Juve tapi kiblatnya ke suporter. Mereka mottonya itu “kami adalah solo”. Solo itu berarti sendiri, mereka hanya mengiyakan sebagai temen ketika mereka Drughi juga. Kalo mereka Viking Juve ya musuh. Tradizioni Juve ya musuh makanya berantem mulu. Nah ternyata itu dibawa ke Indonesia. Gw ga bilang bagus ato jeleknya. Tapi ya ga ngerti salah kaprah ato ngga. Itu misalkan Drughi Indo. Mereka membawa tradisinya Itali ke Indonesia gitu. Yang mana Indonesia punya akar sosial yang tinggi, makanya gw ga habis pikir gampang orang yang pake baju Inter gitu. Nah kalo ketika lo dalam rumah lo bapak lo sendiri itu Interisti itu gimana. Apa lo bakal bilang “pak gw ga mau jadi anak lo lagi saat ini”? kalo dia ga ngomong gitu ke bapaknya percuma mereka tereak-tereak “Kami ini Solo”. Ya karena harus sesuai dengan konsepnya dong. Solo tapi masih begitu. Maksud gw ya ga cocok aja. Jadi harusnya ya sebuah fans klub itu kiblatnya ke klub bukan suporter yang ada di sana.”*

Kemudian Informan 4 juga menyatakan bahwa Drughi Indonesia tidak mendukung Juventus 100 persen. Mereka malah mencaci ketika Juventus bermain buruk. Informan 4 bahkan menganggap kelompok Drughi adalah kelompok yang pengecut dan sok solid. Kelompok yang hanya berani di dunia maya. Informan 4 pernah menantang salah satu dari kelompok Drughi tetapi tidak ada respon dari kelompok tersebut.

“Rata-rata yang bersifat keras itu yang ngakunya ultras yang dibilangnya solid, Solid Drughi lah ya tai bengek yaa...mereka-mereka itu dibilang ngakunya keras, kemarin terakhir ngata-ngatain si Boriello lah dan macem-macam di twitter. Setelah kita samperin juga lebih menurut gw ya dia berani cuma di dunia maya aja dan menurut gw.” (Informan 3)

“Bego aja sih menurut gw, satu kata bego aja gitu. Lo suka Juve lo ngehina-hina Juve, bego. Agama lo, maksudnya agama lo misalnya Kristen lo ngatain agama lo, bego, murtad lo, lo bukan Juventini, lo murtad gw bilang, sama aja lo keluar dari Juventus, sama aja lo bukan penggemar Juventus.” (Informan 3)

Kesimpulan yang dapat ditarik dari uraian di atas adalah semua informan telah menjalani tahapan ketiga dari identitas sosial yakni membandingkan kelompok mereka dengan kelompok lain. Semua informan menganggap dirinya adalah *fans* yang loyal, *fans* yang tidak akan beralih ke klub lain ketika Juventus sedang terpuruk. Berbeda dengan *fans* klub lain yang mereka anggap sebagai *fans* karbitan dan *glory hunter*. Semua informan sepakat memandang beberapa klub seperti Barcelona adalah *fans* karbitan. Yang berarti baru mengenal dan mendukung Barcelona setelah membuat prestasi belakangan ini. Mereka beranggapan bahwa *fans* Barcelona belum mendukung Barcelona ketika masih terpuruk. Khusus Informan 1 dan Informan 4 menyebut komunitas *fans* Juventus bernama Drughi Indonesia tidak menjalankan nilai-nilai suporter atau *fans*. Informan 1 melihat bahwa kelompok Drughi Indo tidak cocok menerapkan budaya suporter asli Italia di Indonesia. Sedangkan Informan 4 menilai Drughi Indonesia tidak mendukung Juventus ketika sedang terpuruk. Informan 4 juga menilai bahwa Drughi Indonesia adalah kelompok *fans* yang pengecut.

#### 4.6 Eksistensi Anggota Komunitas

Setiap anggota komunitas merasa memiliki keterikatan dalam sebuah skema jejaring timbal balik yang saling memengaruhi satu sama lain dalam suasana keakraban layaknya sebuah hubungan pertemanan. Rasa saling memiliki tersebut akan menentukan eksistensi sebuah komunitas. Komunitas juga memiliki fungsi saling berbagi (*sharing*) budaya moral, sistem nilai, dan norma. Dalam sebuah komunitas terdapat lima komponen utama yakni skala

manusia, kepemilikan, kewajiban, *gemeinschaft*, dan kebudayaan. Kelima komponen tersebut bisa dijadikan indikator anggota komunitas untuk melihat eksistensi mereka di komunitas.

#### 4.6.1 Skala Manusia

Skala manusia merupakan komponen pertama untuk melihat tingkat eksistensi komunitas. Bisa juga dipakai untuk melihat sebuah eksistensi dalam diri anggota terhadap komunitasnya. Sebuah komunitas melibatkan interaksi-interaksi pada suatu skala yang mudah dikendalikan dan digunakan oleh setiap individu. Skalanya terbatas pada orang yang akan saling mengenal atau akan saling berinteraksi dalam komunitas itu sendiri. Semua informan sering terlibat dalam kegiatan bersifat skala manusia di JCI. Mulai dari nonton bareng, kopi darat (kopdar) atau kongkow-kongkow. Mereka biasanya sudah menerima informasi melalui pesan singkat (SMS) dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* untuk kopdar. Rata-rata para informan menjawab berkumpul bersama rekan-rekan JCI seminggu sekali. Hal itu lantaran disesuaikan dengan pertandingan Juventus yang memiliki jadwal bertanding setiap pekannya. Biasanya setiap hari Minggu. Mereka sering berkumpul sekadar bertemu dengan sesama anggota. Eksekusi kumpul bareng biasanya ditentukan oleh satu orang yang biasa bertugas untuk memberikan jarkom (jaringan komunikasi).

*“Yang pasti karena pertandingan Juve ada seminggu sekali pasti seminggu itu akan ada interaksi tapi ga menutup kemungkinan ketika ada hal perlu untuk rapat atau apa.”* (Informan 1)

*“Awal taun 2010 gw sering banget ngumpul, tiap kegiatan gw pasti hadir cuma kesini-sini yah karena rutinitas juga kan gw kuliah.”* (Informan 2)

*“Paling kopdar, kongkow-kongkow, terus trakhir bikin baksos (bakti sosial).”* (Informan 3)

*“Kita paling seminggu waktu kemaren ya seminggu sekali Juventus main. Selain itu pasti ada kopdar nih. Biasanya kan ada divisi yang ngejarkom, kita kopdar yuk nongkrong-nongkrong aja yuk, ngobrolin apa, ngomongin apa.”* (Informan 4)

Topik pembicaraan saat kopdar atau kongkow-kongkow biasanya tentang klub Juventus. Begitu juga membahas klub-klub lain atau seputar berita sepak bola lainnya. Informan 3 bahkan mengaku sering menghina-hina klub Inggris. Namun, tak jarang mereka membicarakan perkembangan dan kemajuan komunitas. Pembicaraan tersebut bukanlah rapat formal, melainkan hanya bersifat obrolan dan wacana yang muncul ketika para anggota berkumpul. Sedangkan Informan 1 menyatakan bahwa dirinya tidak hanya sekadar mengobrol dan berinteraksi, tetapi juga memahami adanya perbedaan pendapat tentang suatu hal terutama Juventus. Informan 1 bisa saling bertukar pikiran dan berdiskusi dengan para anggota JCI lainnya.

*“Seputar juve, yah seputar gossip bola lah. Biasalah pria..”* (Informan 2)

*“Perkembangan tim, pasti Juventus dan pastilah ya ada lah sekitar 10 persennya ceritain merda-merda pasti ada lah. Pasti ada ya kan kita menghina English-english animal gitu pasti ada.”* (Informan 3)

*“Tapi intinya gimana Juventus Club Indonesia di Depok itu lebih maju, lebih dikenal masyarakat, dan lebih berbaur kepada fans-fans klub yang ada di Depok.”* (Informan 3)

*“Tapi hingga sekarang yang pasti kita tetep nobar, kopdar, nah kopdar itu maksudnya ngebangun agar JCI ke depannya lebih maju dan banyak Juventini-Juventini yang tadinya ga tau ada komunitas yang gw rasa sebaik ini.”* (Informan 4)

*“Gw ketemu banyak kepala ketemu banyak karakter jadi gw tau suara-suara mereka Juventus itu apa Juventus itu bagaimana.”* (Informan 1)

Secara garis besar, terdapat kesimpulan bahwa semua informan telah menjalankan komponen pertama komunitas. Mereka sering berkumpul baik itu nonton bareng atau sekadar kopdar. Waktu berkumpulnya biasanya disesuaikan dengan pertandingan Juventus. Jika Juventus bertanding seminggu sekali, maka mereka akan berkumpul seminggu sekali. Jika tiga hari sekali maka mereka juga akan berkumpul tiga hari sekali. Tetapi, tidak tertutup

kemungkinan buat mereka untuk berkumpul pada hari yang bukan jadwal pertandingan Juventus. Biasanya ada divisi jarkom yang biasa memberikan informasi waktu dan tempat untuk kopdar atau sekadar kumpul-kumpul. Topik obrolan pun beraneka ragam. Tapi yang utama adalah Juventus dan gosip seputar sepak bola lainnya. Tak jarang mereka menghina-hina klub lain. Namun, kegiatan kumpul-kumpul tersebut juga mereka manfaatkan untuk membicarakan perkembangan dan kemajuan komunitas. Itu bukan termasuk rapat formal, tetapi hanya sekadar obrolan dan wacana yang nantinya bisa dilanjutkan ke pembahasan pada rapat formal.

#### 4.6.2 Kepemilikan

Komponen kedua dari komunitas adalah kepemilikan. Anggota akan punya perasaan memiliki, atau perasaan diterima dan dihargai dalam lingkup kelompok tersebut. Hal ini disebabkan adanya penamaan anggota komunitas. Konsep keanggotaan artinya memiliki, diterima oleh yang lain, dan kesetiaan pada tujuan-tujuan kelompok. Maka itu, komunitas lebih dari sekadar suatu kelompok yang dibentuk untuk kemudahan administratif, tetapi memiliki beberapa ciri dari sebuah perkumpulan atau perhimpunan di mana perasaan memiliki ini penting dan dengan jelas diakui. Informan 3 dan Informan 4 sepakat bahwa mereka merasa memiliki dan diterima oleh anggota yang lain. Rasa terbesar di komunitas adalah rasa persaudaraan dan saling tolong menolong. Adapun rasa persaudaraan tersebut tercipta karena memiliki kesukaan, hobi, dan latar belakang yang sama. Yaitu sama-sama mendukung klub Juventus.

*“Dulu yah nonton TV liga Serie A aja padahal Juve main aja gw males nonton sendiri, kalo sekarang rame-rame jadi lebih ngerasa lebih fanatik aja. Lebih fans.”*  
(Informan 2)

*“Persaudaraan, kalau menurut gw kekayaan terbesar itu bukan uang tapi persaudaraan. Gw dijamu saat gw ke Malang, gw dijamu saat gw ke Semarang, gw dijamu sama anak JCI Semarang. Pas saat pun gw lagi memakai baju Depok Mania saat gw tur ke Solo itu pun gw dijamu dengan JCI Solo, karena gw memakai syal, syal JCI. Itu hebatnya mereka, persaudaraan mereka.”* (Informan 3)

*“Ya lo bisa kerja di sana juga, kaya lo kerja temen lo ga kerja, lo ngajak tmn lo kalau sesama Juventini berarti kan kita lebih respek gitu loh bro. Lo masuk ke JCI temen lo tambah banyak, lo lebih tau tentang Juventus, kekeluargaan lebih rekat, ya kan. Ya gak munafik lah lo dagang dipermudah ya kan, lo dagang apapun bro yang gak berhubungan dengan Juventus juga pasti dibantu ama anak-anak. Persahabatan sih menurut gw bro.”* (Informan 3)

*“Yang pasti pertama temen, brotherhood, persaudaraan, tadinya sebelum nobar eh sebelum ikut komunitas ini gw belum kenal gw belum tau anak-anak Depok sebanyak apa sih jadi Juventini. Akhirnya setelah gw masuk JCI, gw bisa merefleksikannya itu ke komunitas ternyata yang komunitas itu bisa ke depannya mereka sama pandangan satu pikiran sama gw. Selain itu saling ngedukung saling bertukar pikiran, punya pertemanan ato tali persaudaraan dengan siapapun yang mencintai Juventus juga.”* (Informan 4)

*“lo tidak punya tugas untuk ngapain, tapi lo ya mendukung Juve karena lo telah jadi membeinya. Mendukung Juve baik untuk pertandingan maupun untuk sosialisasi, interaksi sosial lah sesama Juventini dan sesama fans klub lain.”* (Informan 1)

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diungkapkan para informan, mereka menjalankan komponen komunitas yang kedua, yakni rasa kepemilikan. Dua informan mengatakan bahwa rasa persaudaraan, saling memiliki, dan saling membantu di komunitas sangat kuat. Informan 3 bahkan pernah dijamu dan diberi pelayanan yang memuaskan oleh anggota komunitas di daerah. Sedangkan dua informan lainnya lebih merasakan kesetiaan pada tujuan-tujuan komunitas. Yakni tugasnya adalah mendukung klub Juventus.

#### **4.6.3 Kewajiban**

Komponen ketiga komunitas yang memperlihatkan eksistensi anggota adalah kewajiban. Keanggotaan dalam sebuah organisasi mengemban tanggung jawab dan memiliki hak. Pasalnya, sebuah komunitas juga menuntut kewajiban tertentu dari para anggotanya sehingga timbul hubungan timbal-balik. Ada harapan bahwa seseorang akan berkontribusi kepada komunitas dengan cara berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan. Mereka juga akan

berkontribusi pada pemeliharaan struktur komunitas. Semua kelompok tentu membutuhkan pemeliharaan jika ingin tetap hidup dan bertanggungjawab atas semua fungsi pemeliharaan suatu komunitas, maka hal itu terletak pada pundak anggotanya bagaimana mereka berpartisipasi dengan aktif di komunitas.

Semua informan bisa dikatakan cukup aktif karena selalu mengikuti rangkaian kegiatan komunitas seperti nonton bareng, turnamen futsal, dan kegiatan amal. Khusus Informan 1 pernah mengikuti acara tahunan JCI yaitu Gathering Nasional (Gathnas) pada bulan November 2011 di Jakarta. Gathering Nasional merupakan perhelatan besar yang mengumpulkan ribuan anggota JCI yang mewakili 23 chapter daerah di seluruh Indonesia. *Event* tersebut menyatukan semua komponen internal organisasi dengan berbagai *stakeholder* organisasi. Sedangkan ketiga informan lainnya terlibat dalam kepengurusan JCI. Informan 2 ikut terlibat dalam kegiatan humas JCI yang memberikan informasi lewat media sosial. Informan 2 juga menjadi admin salah satu akun *twitter* JCI. Sedangkan Informan 3 sudah ditunjuk menjadi Kepala Divisi Nobar wilayah Depok. Informan 3 memang berdomisili di Depok sehingga dia dipercaya sebagai penanggung jawab nobar di wilayah Depok. Sedangkan Informan 4 baru sekadar membantu kepengurusan JCI dan belum resmi ditunjuk untuk menjadi pengurus.

*“Ya kalo kegiatan pasti nonton bareng, interaksi bareng, ngobrol-ngobrol, ikut acara gathnas gathering.”* (Informan 1)

*“Kalo buat JCI banyak, yah kayak nobar. Pernah kegiatan amal bencana alam, trus kita juga ngadain turnamen, turnamen futsal antar fans klub.”* (Informan 2)

*“Sekedar pengurus aja sih sekarang, mungkin gw bilangnyanya gw ini humas kalo di JCI. Gw gatau gw diutus jadi apa cuman gw masi sering bantu-bantu lah kalo dalam urusan nyebar informasi.”* (Informan 2)

*“Gw pertama masuk ngikut sebentar ditunjuk jadi divisi nobar dan sampai sekaranglah, hampir sekitar 3 tahun.”* (Informan 3)

*“Yang pasti pertama kita nonton bareng, kita ngedukung Juventus secara spirit, semangat Itu mau Juventus mainnya siang hari, malem hari, ataupun dinihari, itu tuh*

*Insya Allah pasti gw sempatkan buat nonton bareng. Alhamdulillah gw sekarang udah ikutan ke kepengurusannya jadi gw tau oh ternyata anak Depok banyak yang respek terhadap Juventus.” (Informan 4)*

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penjelasan di atas adalah bahwa semua informan sudah terlibat secara aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan JCI. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud seperti nonton bareng, kegiatan amal, turnamen futsal, hingga Gathering Nasional. Untuk nonton bareng, semua informan selalu terlibat aktif. Sedangkan untuk kegiatan amal dan turnamen futsal hanya Informan 2 yang aktif dalam dua kegiatan tersebut. Untuk Informan 2 dan Informan 3 sudah menjadi pengurus di JCI. Informan 3 menjadi Kepala Divisi Nonbar wilayah Depok selama tiga tahun. Sedangkan Informan 4 tidak menyebut berada di posisi apa, dia hanya menyebut turut membantu dalam kepengurusan.

#### **4.6.4 *Gemeinschaft***

Komponen keempat komunitas adalah *gemeinschaft*. Pola masyarakat yang ditandai dengan hubungan anggota-anggotanya bersifat pribadi, sehingga menimbulkan ikatan yang sangat mendalam dan batiniah. Dalam lingkup komunitas, sebuah komunitas akan memungkinkan orang berinteraksi sesama anggota dalam keragaman peran yang lebih besar. Adapun peran-peran tersebut tidak dibedakan dan bukan berdasarkan kontrak. Hal ini tidak hanya penting dalam pengertian pengembangan diri, tetapi juga pertumbuhan pribadi. Anggota komunitas memungkinkan menyumbang berbagai bakat dan kemampuannya kepada komunitas yang bersangkutan.

*Gemeinschaft* yang ditunjukkan semua informan adalah pengembangan diri. Semua informan sudah memberikan pernyataan bahwa mereka merasa ada perkembangan diri setelah masuk ke dalam komunitas. Setelah mengikuti beragam kegiatan termasuk terlibat ke dalam kepengurusan, semua informan merasakan adanya peningkatan dalam diri masing-masing. Pengembangan diri yang dimaksud adalah bagaimana mereka belajar berorganisasi. Informan 2 mengaku baru kali ini mendalami cara organisasi yang baik. Sedangkan dua informan lainnya menambahkan terciptanya jaringan atau *networking* setelah masuk ke komunitas. Mereka merasa lebih mengenal satu sama lain dan memiliki jaringan pertemanan. Ditambah lagi membantu pengembangan diri mereka untuk bisa bersosialisasi dengan lingkungannya serta mengetahui cara bergaul di lingkungan sosial.

*“Gw diajarkan untuk meskipun Juve mo maen seburuk apapun tetap gw suport. Oh ya mungkin gw bisa belajar berorganisasi.”* (Informan 1)

*“Cara berorganisasi yang baik. Gw organisasi sering tapi ga terlalu ngedalamin. Baru kali ini doang gw mendalamin, dulu ada nih organisasi yang gw ikutin tapi ga aktif.”* (Informan 2)

*“Kenapa dibentuk Juventus Club Indonesia, itu untuk persaudaraan dan menurut gw. Semakin kita mengenal Juventus Club Indonesia semakin lo tau, semakin lo kenal temen-temen lo, semakin lo tau mengenal Juventus lebih dalam.”* (Informan 3)

*“Ya yang udah gw dapetin ya temen-temen gw yang tadinya gw ga kenal jadi temenan. Malahan ada yang jadi sahabatan padahal baru kenal karena satu pandangan satu visioner.”* (Informan 4)

*Setelah masuk komunitas pandangan gw yang pasti semakin kuat mencintai Juventus yang baik dan benar itu kaya gimana. Terus mendukung Juventus yang baik dan benar itu kaya gimana jadi mengembangkan, contohnya kaya mengembangkan komunitas yang gw naungin sekarang yang diwadahi JCI ini gw kaya gimana ke depannya. Gw sendiri juga jadi tau gimana cara berorganisasi yang baik.”* (Informan 4)

Berdasarkan uraian di atas, semua informan telah memiliki komponen keempat yakni *gemeinschaft*. *Gemeinschaft* atau paguyuban memiliki ikatan mendalam antara anggota dengan anggota lainnya, antara anggota dengan komunitasnya. *Gemeinschaft* juga bisa berupa sebagai pengembangan diri para anggotanya. Pengembangan diri yang dimaksud semua informan di komunitas ini adalah bagaimana cara berorganisasi yang baik, memperluas jaringan pertemanan (*network*), dan belajar menyesuaikan diri atau bergaul dalam sebuah lingkungan sosial.

#### 4.6.5 Kebudayaan

Komponen kelima komunitas adalah kebudayaan. Kebudayaan diproduksi dan dikonsumsi pada tingkat massal yang mengakibatkan keseragaman dan pemindahan kultur. Bisa dikatakan bahwa kebudayaan merupakan komponen terakhir dalam sebuah komunitas. Suatu komunitas memungkinkan memberi nilai, produksi, dan ekspresi dari suatu kebudayaan lokal. Selain itu memungkinkan anggotanya untuk menjadi produsen yang aktif dari kultur yang ada dalam komunitas. Untuk komponen ini, semua informan sepakat bahwa telah terjadi keseragaman kultur dalam hal menggunakan istilah-istilah yang digunakan komunitas. Istilah-istilah tersebut merupakan bahasa Italia yang digunakan oleh pendukung Juventus di Italia. Kemudian dibawa ke komunitas *fans* Juventus di Indonesia. Lalu diserap oleh setiap anggotanya. Adapun istilah-istilah yang biasa digunakan adalah sebutan “merda”, “vaffanculo”, dan “stronzo”. Istilah itu dipakai untuk mengejek klub yang dibenci.

Informan 1 mengaku menggunakan frase tersebut setelah mengetahui seluk beluk kasus Calciopoli tahun 2006 yang dia dapatkan dari komunitas dan media massa. Dia memakai istilah “merda” kepada Inter Milan untuk mengumbar rasa permusuhan, sama seperti yang diutarakan Informan 2. Informan 3 mendapat istilah tersebut dari salah satu rekannya di komunitas. Namun, sebelumnya dia sudah mendengar anggota komunitas berteriak dan menyanyikan yel “merda” kepada pendukung klub Lazio yang memakai jaket Inter Milan. Sedangkan Informan 4 mengaku bahwa dirinya menggunakan istilah tersebut lantaran sering mendengar dari komunitas.

*“Jadi Inter dan merda itu sudah salah satu frase. Tapi bukan hanya Inter aja sebenarnya. Milan pun juga gitu, Milan merda. Tapi semua itu jadi berujung pada akumulasi semua kebencian gara-gara, menurut gw gara-gara kasus 2006 itu. Inter itu udah jadi musuh nomor satu. Ketika Milan juga dalam musuh, tapi Milan itu juga menyerang Inter, Milan itu akan jadi teman.”* (Informan 1)

*“Musuh, merda itu musuh.. Itu sebutan untuk satu tim doang. Banyak kok yang ga suka sama Inter Milan, Tanya aja pendukung Juve. Siapa yang suka Inter Milan. Kita selalu nobar ngomong nih merda, merda, merda. pasti berbahasa merda Pezzo di Merda.”* (Informan 2)

“Gw dapet dari bang Jeje, bang Jeje itu dulu pengurus pusat sekjen pusat, wakil kedua juga pernah juga JCI pusat. Gw kenal, apa sih merda, gw pernah tau pas karena dia ngatain anak Laziale pake baju Lazio tapi jaketnya jaket Inter.” (Informan 3)

“SS Lazio merda della capitale, Milanello Vaffanculo della Milannelo. Tetep aja gw secara ga sengaja ngomong kaya gitu sama pendukung tim tersebut. Pasti ada pengaruhnya juga.” (Informan 4)

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah semua informan sudah menyerap kebudayaan yang dimiliki komunitas yaitu menggunakan istilah-istilah bahasa Italia. Hal ini memang hampir sama dengan proses adopsi identitas sosial. Istilah “merda”, “vaffanculo”, dan “stronzo” kerap digunakan untuk mengejek klub rival Juventus, Inter Milan dan AC Milan.

#### **4.7 Makna Identitas Fans Juventus**

Setelah melalui fase pembentukan identitas sebagai fans Juventus (Juventini) dan identitas komunitas JCI, semua informan mampu memaknai identitasnya sebagai fans Juventus. Keempat informan sudah terlibat dalam interaksi yang dilakukan bersama anggota JCI lainnya. Dari interaksi itulah maka makna dapat dihasilkan. Interaksionisme simbolik mengatakan bahwa sesuatu tidak mempunyai makna terlepas dari interaksi dengan yang lainnya. Dengan kata lain, cara berpikir seseorang tentang makna pada interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang dalam memahami manusia atau tindakannya. Interaksionisme simbolik yang diungkapkan Mead memiliki tiga konsep yaitu *society*, *self*, dan *mind*. Ketiga konsep itulah yang akan menghasilkan makna terhadap sesuatu. *Society* dalam penelitian ini adalah komunitas JCI. Komunitas menjadi sebuah lingkungan sosial bagi anggota-anggotanya (*self*) yang memiliki pikiran (*mind*). Hal ini berlaku berlaku pada komunitas JCI ketika setiap anggotanya berusaha memiliki makna yang sama mengenai identitas mereka sebagai fans. Lalu bagaimana makna yang diberikan sesama anggota memengaruhi anggota lainnya untuk bertindak.

Melalui proses pemikiran (*mind*) akan memperkuat pemaknaan setiap informan terhadap simbol verbal dan non verbal. Makna identitas Juventini terbentuk secara interpretif oleh para informan melalui proses interaksi yang disepakati secara bersama. Komunitas JCI menjadi sebuah tempat berkumpul (*society*) bagi individu-individu (*self*) penggemar

Juventus. Ketika mereka berpikir bagaimana bertindak dan berpikir sebagai seorang *fans* (*mind*) maka itu adalah hasil dari interaksi. Peneliti menemukan dua makna yang dihasilkan keempat informan tentang identitas mereka sebagai Juventini melalui interaksi dengan anggota lainnya. Makna pertama adalah kecintaan. Sebagai *fans* Juventus mereka merasa memiliki rasa kecintaan yang besar terhadap sesuatu. Meski yang mereka cintai adalah klub sepak bola, tapi tidak menutup buat mereka untuk memiliki rasa cinta terhadap hal lain.

*“Kalo gw analogiin jadi pangan sandang papan Juve itu sandang buat gw. Tetep keluarga itu jadi pangan, eh iya bener keluarga itu tetep jadi nomor satu. Tapi arti Juve itu maksudnya mengkomplementerkan, melengkapi ... Jadi Juventini itu ga perlu beli banyak-banyak lah atribut tapi yang terutama adalah dukung sepenuhnya. Pake hati, cintailah gitu kan...”* (Informan 1)

*“Juve tuh fanatisme gw, istilahnya bukan agama lah. Istilahnya cinta ke berapa gitu.”* (Informan 2)

*“Kalau gw bilang nih Juventus tuh agama kedua gw kali ya setelah Islam. Kalo menurut gw agama kedua gw selain Islam. Lo kalo berangkat haji nomor satu okei, lo ga ke Turin sama aja lo ga berangkat haji bro. Lo cinta agama lo, maka lo juga akan cinta sama Juventus. Yaaa.. pacar pertama gw kali bro. Pacar pertama gw deh itu.”* (Informan 3).

*“Kalo kata orang Italia, Dopo la madre amo solo la Juve. Artinya setelah Ibu saya, saya hanya mencintai Juventus. Jadi, gw mungkin Juventus tuh udah kaya pacar Jadi ke mana jiwa gw pergi Juventus itu pasti selalu ngikut jadi gw pasti, selalu mencintai Juventus layaknya ibu gw mencintai gw.”* (Informan 4)

Kemudian makna kedua adalah loyalitas. Semua informan yang memiliki identitas Juventini menganggap dirinya sebagai *fans* yang loyal yang selalu mendukung Juventus saat sedang berjaya atau sedang terpuruk. Hal itu sudah terbukti ketika Juventus terdegradasi ke Seri B tahun 2006, mereka tetap mendukung Juventus. Tidak boleh ada caci-maki yang

ditujukan kepada Juventus baik saat kalah atau menang. Sebagai seorang *fans*, maka dukungan terhadap Juventus harus selalu diberikan. Yel-yel yang dimiliki komunitas kemudian dinyanyikan oleh anggota semakin memperkuat makna loyalitas. Ketika mereka membandingkannya dengan *fans* klub lain, mereka menganggap *fans* klub lain tidak loyal, karbitan, dan *glory hunter*.

*“Gw diajarkan untuk meskipun Juve mo maen seburuk apapun tetap gw suport. Saran kritik boleh tapi bukan mencela. Itu justru pelajaran utamanya yang gw tau... Jangan cuma pake emosi. Pake emosi itu jatohnya akan karbitan. Pake emosi itu jatohnya sekarang lagi juara, bsok tereak “goblok goblok goblok” terus pindah ke klub lain. Itu kan emosi. Gunakanlah hati untuk merangsang otak biar tetep Juventus. Yang pertama sih itu gunakan hati, kalo ya hati itu untuk meyakinkan bahwa lo jadi Juventini. Kelayalan itu nanti akan terbentuk sendirinya ketika lo memang udah mantep. Suporter yang loyal karena tadi itu, Juve. Apalagi era-era yang sekarang, kalo Juve era yang dulu mungkin kelayalannya masih dipengaruhi oleh history karena banyak juara tapi ketika setelah kita dijungkir balikan ke Seri B segala macam justru di situ gitu letak kelayalannya. Di tahun 2003 gw masih pake jaket Juve di tahun 2012 gw masih pake jaket Juve.”* (Informan 1)

*“Harus ada untuk mendukung di saat timnya di bawah atau di atas, menurut gw itu udah sejati lah, ga perlu mencemooh pemainnya, pelatihnya. Kita kan dukung sepenuh hati, ga perlu lah kaya gitu-gitu. Itulah Juventini sejati.”* (Informan 2)

*“Kalau menurut gw pemain adalah dewa lo. 11 tim, 11 pemain itu yang di lapangan itu dewa lo, sejelek-jeleknya pun itu dewa lo harus disanjung lah, boleh ngasih kritikan tapi jangan kritikan pedes, misalnya contoh harusnya Bori umpan dong jangan bawa sendiri, gak yang Bori goblok, ini goblok, emang lo bisa main bola, kalau lo bisa lo pasti dipilih. Dan gak ada kali pelatih yang mau ngambil pemain goblok ya nggak ada lah, apalagi pelatih-pelatih sekelas Juve dia kan tau lah kapasitas pemain-pemain Juve ... Bego aja sih menurut gw, satu kata bego aja gitu. Lo suka Juve lo ngehina-hina Juve, bego. Agama lo, maksudnya agama lo misalnya Kristen lo ngatain agama lo, bego, murtad lo, lo bukan Juventini, lo murtad gw*

*bilang, sama aja lo keluar dari Juventus, sama aja lo bukan penggemar Juventus.”*  
(Informan 3)

*“Sempet mereka turun ke divisi bawah dan mereka naik lagi gw selalu ada di samping mereka ngedukung mereka. Walaupun gw kena caci maki, dicerca, walaupun Juventus saat itu prestasinya lagi kering lagi seret gw tetep dan gw bangga menjadi Juventini karena gw selalu ngedukung Juventus di setiap pertandingan mereka. Ga pernah gw smpet berpikir pindah ke lain klub itu gw ga pernah terbersit di pikiran gw.”* (Informan 4)

Selain memiliki makna pada identitasnya sebagai Juventini, identitas mereka sebagai anggota komunitas JCI juga memiliki makna, yakni kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan. Semua informan memaknai identitas komunitas JCI sebagai *fans* yang memiliki tingkat kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan yang tinggi. Ketika kalah, maka mereka merasa satu perasaan yakni kekecewaan. Ketika menang, mereka memiliki perasaan yang sama yakni kebahagiaan. Sebagai anggota JCI sendiri, mereka juga saling membantu dan tolong menolong sehingga timbul rasa solidaritas yang kuat. Informan 3 bahkan pernah dibantu saat berkunjung ke kota lain karena adanya ikatan dalam komunitas.

*“Tapi beda banget ketika gw bareng sama anak Juventini. Pasti entitasnya dikeluarin banget kalo gw anak Juventini. ... ketika sudah di satu entitas ya udah memang mesti Juve banget.”* (Informan 1)

*“Kebersamaan... Berbagi sedih senang saat tim kalah, kerasa banget kan tuh kalo Juve kalah ya kita semua yang ikut nobar berasa senasib sepenanggungan.”*  
(Informan 2)

*“Persaudaraan, kalau menurut gw kekayaan terbesar itu bukan uang tapi persaudaraan. Gw dijamu saat gw ke Malang, gw dijamu saat gw ke Semarang, gw dijamu sama anak JCI Semarang, pas saat pun gw lagi memakai baju Depok Mania saat gw tur ke Solo itu pun gw dijamu dengan JCI Solo, karena gw memakai syal, syal JCI. Itu hebatnya mereka, persaudaraan mereka ... kenapa dibentuk Juventus Club*

*Indonesia, itu untuk persaudaraan dan menurut gw JCI adalah bukan hanya sekadar suporter, kita tuh keluarga besar gitu loh gak hanya sekadar suporter. Just not a supporter but we are big family, ya intinya kalau semakin kita mengenal Juventus Club Indonesia semakin lo tau, semakin lo kenal temen-temen lo.” (Informan 3)*

*“Yang pasti pertama temen, brotherhood, persaudaraan, tadinya sebelum nobar eh sebelum ikut komunitas ini gw belum kenal gw belum tau anak-anak Depok sebanyak apa sih jadi Juventini.” (Informan 4)*

#### **4.8 Diskusi**

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa identitas terbentuk dari hasil interaksi. Melalui penelitian ini dapat dilihat bahwa identitas diri sebagai *fans* klub Juventus atau Juventini terwujud berdasarkan interaksi mereka terhadap orang lain, baik keluarga, teman (*particular other*) maupun masyarakat (*generalized other*). Identitas sebagai *fans* keempat informan mengalami proses eksplorasi dan komitmen. Pada tahapan eksplorasi, semua informan dipengaruhi oleh *particular other* dan *generalized other* seperti yang disebutkan sebelumnya. Keluarga, teman, dan masyarakat sekitar mendorong mereka untuk mengenal sepak bola yang kemudian melihat pertandingan Juventus di televisi.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pembentukan identitas tidak berlangsung sederhana. Ada beberapa institusi sosial yang turut memengaruhi identitas mereka secara pribadi atau sosial. Selain keluarga, media massa juga menjadi institusi sosial yang berperan sangat besar dalam membentuk identitas informan sebagai *fans* Juventus. Setelah tahu Juventus lewat tayangan pertandingan di televisi, semua informan melakukan penelusuran informasi lebih lanjut tentang Juventus. Biasanya lewat tayangan berita di televisi, surat kabar, hingga internet. Mereka semakin tertarik dan semakin menyukai Juventus setelah mendapat informasi tentang kostum, sejarah, prestasi, para pemain, dan gaya permainan Juventus. Dalam konsep *fandom* yang diungkapkan Jacobson (2003), kefanatikan informan terhadap klub Juventus terletak pada level simbolik. Level simbolik seperti faktor personel, keunikan, nama klub, logo, warna, dan yel-yel klub cenderung membuat individu menyukai klub tertentu karena faktor-faktor tersebut. Semua informan sendiri sudah bisa dikatakan sebagai orang yang “fanatik” karena memiliki rasa antusiasme berlebihan pada olahraga, hal itu bisa dijelaskan berikutnya pada tahapan komitmen identitas.

Secara garis besar, semua informan sudah memiliki komitmen terhadap pilihan yang sudah mereka tetapkan. Dalam hal ini, mereka memilih Juventus sebagai klub favorit mereka dan Juventini sebagai identitas mereka. Komitmen yang pertama sebagai seorang Juventini adalah dengan memiliki atribut dan pernak-pernik Juventus. Semua informan sering memakainya dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjukkan identitasnya sebagai seorang Juventini. Yang menarik, tidak hanya sekadar menunjukkan identitas, tetapi seorang informan berusaha memperkenalkan sekaligus membanggakan Juventus kepada lingkungan sosial. Semua informan juga menunjukkan komitmennya sebagai Juventini ketika Juventus mengalami keterpurukan. Mereka memandang bahwa diri mereka adalah *fans* yang loyal. *Fans* yang tidak mau beralih menyukai ke klub lain yang mungkin lebih berprestasi dari Juventus. Beberapa pemain Juventus memutuskan untuk tetap bermain bersama Juventus meski harus didegradasi ke Seri B. Itulah yang membuat para informan tidak pernah terpikir untuk menyukai klub lain selain Juventus karena mencontoh para pemain Juventus yang dikenal loyal. Komitmen yang paling luar biasa adalah ketika semua informan menyejajarkan Juventus dengan keluarga dan pasangannya. Tiga informan bahkan dengan tegas menyebut bahwa posisi Juventus berada di atas pasangannya. Hal itu terjadi lantaran ketiga informan tersebut sudah mengenal dan menyukai Juventus sejak lama, lebih lama dari mengenal pasangannya. Hanya satu informan yang menyejajarkan Juventus dengan pasangannya. Hal itu kemungkinan didasari oleh pertimbangan informan yang hendak menikah dalam waktu dekat sehingga pasangan hidup menjadi penting dan berarti dalam hidupnya saat ini.

Jika dikaitkan dengan status identitas diri sebagai *fans*, semua informan memiliki status *Identity Achievement*. Individu telah menjalani eksplorasi signifikan dan telah membuat komitmen identitas seperti yang sudah dijelaskan. Mereka tampil solid dan mampu memberikan alasan atas pilihan mereka serta mampu menjelaskan bagaimana tujuan tersebut akan diraih. Terbukti, ketiga informan mampu memberikan alasan mengapa lebih memilih Juventus daripada pasangannya karena mereka sudah memiliki alasan bahwa Juventus sudah dikenalnya sejak kecil.

Menurut Tajfel (1957), identitas sosial seseorang ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan individu menempatkan diri pada posisi tertentu. Teori identitas sosial memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka secara pribadi (Tajfel dan Turner, 1979). Hal itu dapat meningkatkan harga diri (*self-esteem*) individu karena memiliki harga diri yang tinggi merupakan suatu persepsi tentang dirinya sendiri. Jacobson (2003) mengatakan bahwa saat

individu menciptakan identitas sebagai *fans*, individu akan mengembangkan identitas pribadi dan identitas sosial.

Temuan penelitian ini sejalan dengan apa yang dikatakan dalam teori identitas sosial. Semua informan menggunakan komunitas JCI untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka sebagai Juventini. Dalam membentuk identitas sosial, terdapat tiga komponen utama yakni kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial. Dalam tahapan kategorisasi, semua informan telah memahami dan mengidentifikasi kelompok. Kategorisasi dilihat sebagai sistem yang membantu untuk menentukan individu dalam masyarakat. Semua informan telah menemukan tempat yang tepat sebagai seorang Juventini. Konteksnya adalah komunitas Juventus Club Indonesia (JCI). Semua informan telah memberikan kategori mulai dari rasa ingin tahu, masuk menjadi anggota, hingga memberikan pandangan tentang JCI. Rasa tahu mereka diawali dari teman (*peer group*) dan media internet. Teman sebaya mendorong para informan untuk mengetahui adanya komunitas *fans* Juventus untuk menampung wadah hobi mereka. Kemudian, mereka mencari tahu lewat media sosial di internet seperti *facebook*, *twitter*, dan web komunitas. Seperti yang sudah dikatakan di bab sebelumnya, dengan semakin berkembangnya teknologi, seseorang mendapat terpaan informasi yang demikian luas, berbagai ide, pandangan, pendapat, serta gambaran tentang dunia selain lingkungan tempat tinggal. Itulah yang mereka dapat di internet sehingga media massa ikut memengaruhi pembentukan identitas mereka sebagai *fans*.

Komponen pembentukan identitas sosial berikutnya adalah identifikasi. Setelah individu memahami kelompok sosialnya, maka individu mulai mengadopsi identitas kelompok tersebut melalui interaksi. Interaksi yang dilakukan secara terus menerus di antara sesama anggota akhirnya membentuk konsep diri anggotanya, dan ditambah dengan atribut-atribut yang dikenakan akhirnya memberikan identitas baru sebagai anggota-anggota JCI. Mereka saling berinteraksi untuk mengembangkan pikiran (*mind*) agar dapat menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama. Simbol yang biasa digunakan berupa simbol verbal yang kemudian menjadi mediasi interaksi antar individu dan menjadi ciri khas atau identitas bagi setiap anggota. Simbol verbal seperti istilah *cori*, *merda*, *vaffanculo*, atau yel-yel yang dinyanyikan saat mereka melakukan nobar. Ada salah satu yel yang dimaknai para informan untuk tetap mendukung Juventus tidak peduli apakah Juventus menang atau kalah. Hal itu juga memunculkan makna identitas baru bahwa sebagai seorang Juventini dan anggota JCI, harus selalu mendukung Juventus di saat suka maupun duka. Saat kalah atau menang, saat berjaya atau terpuruk.

Perbandingan sosial adalah tahapan ketiga dari identitas sosial. Ada kecenderungan untuk membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Semua informan telah sampai pada tahap ini. Mereka membandingkan identitas kelompoknya dengan identitas *fans* klub lain. Semua informan memandang bahwa Juventini adalah *fans* yang loyal. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa mereka memandang Juventini sebagai *fans* yang setia mendukung Juventus tidak peduli apakah sedang berjaya atau terpuruk. Itulah yang membuat para informan bisa memberikan perbandingan. Semua informan sepakat beberapa *fans* klub seperti Barcelona adalah karbitan atau *glory hunter*. Mereka menilai *fans* Barcelona baru mulai menyukai Barcelona setelah timnya berjaya. Menurut semua informan, Barcelona baru muncul beberapa tahun terakhir saja. Sebelumnya tidak pernah terdengar eksistensi *fans* Barcelona di Indonesia sebelum Barcelona memenangkan salah satu turnamen. Mereka tidak yakin jika Barcelona terpuruk, *fans*-nya tetap masih setia mendukung Barcelona atau tidak. Sementara semua informan merasa sudah menyukai Juventus saat klub tersebut belum berjaya. Terlebih, Juventus juga mengalami fase pasang surut seperti saat Juventus mendapat hukuman degradasi ke Liga Italia Seri B.

Adapun *fans* klub- *fans* klub lainnya yang dipandang sebagai *fans* karbitan adalah Real Madrid, Chelsea, Manchester United, Inter Milan, AS Roma, dan Liverpool. Menariknya, JCI bukan satu-satunya *fans* klub Juventus di Indonesia. Ada *fans* Juventus lain yang menamakan dirinya Drughi Indonesia. Namun, dua informan menilai bahwa komunitas tersebut hanya berkiblat ke suporter asli di Italia. Sehingga penerapannya tidak sesuai dengan kultur di Indonesia. Kedua informan bahkan sepakat bahwa kelompok Drughi bukan *fans* Juventus sejati karena kerap mencaci dan menghina Juventus ketika kalah.

Tingkat eksistensi semua informan dapat dikatakan memiliki lima komponen komunitas. Yakni, skala manusia, kepemilikan, kewajiban, *gemeinschaft*, dan kebudayaan. Adapun JCI sendiri memiliki indikator utama: Rasa kekeluargaan dan kebersamaan, sikap disiplin serta berkomitmen, semangat belajar dan peningkatan kompetensi, dapat dipercaya berdasarkan profesionalitas organisasi, serta loyalitas dan rasa memiliki. Semua informan juga memiliki semua indikator tersebut. Jadi dapat dikatakan bahwa semua informan sudah terlibat aktif dan mengadopsi identitasnya sebagai anggota JCI.

Identitas diri seseorang merupakan kode yang mendefinisikan keanggotaannya dalam komunitas yang beragam, kode yang terdiri dari simbol, kata-kata dan makna yang seseorang dan orang yang lainnya hubungkan terhadap benda-benda. Setiap orang membutuhkan identitas untuk diakui keberadaannya dalam masyarakat baik sebagai makhluk individu

maupun sosial. Identitas ada yang melekat dan ada yang dinegosiasikan melalui interaksi dengan individu lain. Setiap manusia adalah makhluk yang dinamis dan kreatif oleh karena itu mereka akan selalu menjadi individu baru setiap saat, maka identitas diri dapat mengalami perubahan. Demikian pula yang terjadi pada keempat informan setelah memasuki komunitas JCI ini. Adanya intensitas komunikasi dengan *peer group*, yaitu antara informan dengan teman-temannya sesama anggota di komunitas memengaruhi identitas mereka sebagai Juventini. Intensitas komunikasi dengan *peer group* ini meliputi frekuensi pertemuan dengan teman-temannya.

Mengacu pada teori interaksionisme simbolik yang menjelaskan bagaimana manusia dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. Interaksionisme simbolik memiliki ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*mind*), diri (*self*), dan hubungannya dengan masyarakat (*society*). Melalui proses pemikiran (*mind*) akan memperkuat pemaknaan setiap informan terhadap simbol verbal dan non verbal. Simbol komunikasi yang digunakan dalam interaksi berupa bahasa. Ketika mereka saling menukarkan simbol, ada makna yang terbentuk dari pertukaran tersebut. Itulah yang membuat makna terbentuk dari ketiga konsep interaksionis simbolik tersebut. Interaksi yang terjadi sesama anggota JCI tidak hanya di dunia nyata, mereka juga berinteraksi di dunia maya. Media-media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan website komunitas ([www.juventusclubindonesia.com](http://www.juventusclubindonesia.com)) mereka penggunaan untuk berinteraksi. Mereka berinteraksi di dunia maya sekadar berdiskusi mengenai Juventus dan hal-hal tentang sepak bola lainnya. Biasanya, kopi darat (kopdar) berawal dari interaksi mereka di dunia maya. Lalu dilanjutkan ke dunia nyata untuk bertatap muka di suatu tempat.

Makna identitas Juventini terbentuk secara interpretif oleh para informan melalui proses interaksi yang disepakati secara bersama. Temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa identitas sebagai seorang *fans* Juventus memiliki makna bagi informan. Pertama adalah kecintaan. Sebagai *fans* Juventus mereka merasa memiliki rasa kecintaan yang besar terhadap sesuatu. Meski yang mereka cintai adalah klub sepak bola, tapi tidak menutup buat mereka untuk memiliki rasa cinta terhadap hal lain. Kemudian makna kedua adalah loyalitas. Semua informan yang memiliki identitas Juventini menganggap dirinya sebagai *fans* yang loyal yang selalu mendukung Juventus saat sedang berjaya atau sedang terpuruk. Hal itu sudah terbukti ketika Juventus terdegradasi ke Seri B tahun 2006, mereka tetap mendukung Juventus. Tidak boleh ada caci-maki yang ditujukan kepada Juventus baik saat kalah atau menang. Apalagi, kelayalitan itu diperkuat oleh yel-yel yang kerap dinyanyikan anggota

JCI saat mengadakan kegiatan nonton bareng. Madrigal (1995, *dikutip* Jacobson, 2003) menyebut bahwa *fan* mewakili sebuah asosiasi yang melibatkan individu dengan banyak makna emosional dan nilai.

Hal ini juga sejalan dengan hasil temuan pada penelitian ini bahwa keempat informan memiliki makna emosional ketika memiliki identitas sebagai *fans* Juventus. Bagaimana mereka memiliki rasa kecintaan dan loyalitas yang tinggi terhadap Juventus dan hal lainnya. Meski begitu, identitas *fans* yang mereka miliki ternyata tidak menganut fanatisme sempit. Meski memiliki rasa cinta yang besar, tetapi mereka tetap menghargai adanya perbedaan. Tetap ada rasa benci terhadap klub-klub tertentu, tetapi ketika mereka tidak berada dalam satu entitas yakni sebagai kelompok *fans*, maka mereka tidak memiliki masalah dengan itu. Artinya, seperti yang diungkapkan Stryker (*dikutip* Charon, 1998), mereka termasuk dalam kategori *identity commitment* yaitu identitas tertentu yang penting bagi individu dalam hubungannya dengan orang lain. Ketika mereka berada dalam komunitas, maka identitas sebagai seorang *fans* merupakan yang terpenting. Tapi ketika berada dalam lingkungan lain seperti lingkungan kerja dan lingkungan sosial lainnya, maka identitas sebagai *fans* tidak terlalu penting dan berada di tingkatan ke sekian.

Seperti yang dikatakan Zillman (*dikutip* Jacobson, 2003), kefanatikan di dunia olahraga turut memengaruhi pengembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. *Fans* klub olahraga dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal. Selain itu, kefanatikan menawarkan manfaat sosial seperti perasaan persahabatan, solidaritas, dan kebanggaan yang bisa meningkatkan harga diri. Hal tersebut juga terjadi dengan semua informan dalam penelitian ini. Mereka mengungkapkan bahwa bergabung dengan komunitas JCI, mereka memiliki ikatan sebagai *fans*. Yakni adanya perasaan kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan. Mereka memiliki perasaan yang sama ketika melihat Juventus menang atau kalah. Kemudian saling membantu dan tolong menolong sehingga timbul rasa solidaritas yang kuat.

## BAB 5

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Sepak bola tidak akan lengkap tanpa pendukung (suporter) dan penggemar (*fans*). Jacobson (2003) menyimpulkan beberapa pandangan bahwa suporter berbeda dengan *fans* dalam olahraga. Suporter hanya menonton dan mengamati olahraga lalu melupakannya. Sementara *fan* akan memiliki intensitas lebih dan akan mencurahkan sebagian harinya untuk tim olahraga yang digemarinya. *Fan* sebagai orang yang berpikir, berbicara tentang olahraga, dan berorientasi terhadap olahraga bahwa *fan* mewakili sebuah asosiasi yang melibatkan individu dengan banyak makna emosional dan nilai. *Fan* berasal dari kata “fanatik” sehingga dapat didefinisikan sebagai penggemar fanatik olahraga atau sebagai individu yang memiliki rasa antusiasme berlebihan pada olahraga.

Penelitian ini melihat bagaimana identitas seorang *fans* itu terbentuk. Dalam perspektif psikologi kepribadian, identitas diri merupakan suatu konsep yang digunakan untuk membedakan individu satu dengan individu lainnya. Menurut Charon (2007: 86), “*Identity is the name we call ourselves, and usually it is the name we announce to others that we are as we act in situations*”. Identitas adalah nama yang kita sebut pada diri kita sendiri. Biasanya itu adalah nama saat kita mengumumkan kepada orang lain bahwa kita seperti apa yang kita lakukan dalam situasi.

Pembentukan identitas merupakan awal mula perkembangan ego. Pembentukan identitas merupakan suatu proses pencarian kejelasan dan pengintegrasian diri menjadi manusia secara utuh. Dalam prosesnya, pembentukan identitas diri telah terjadi secara kompleks, dinamis, dan berlangsung sepanjang hidup. Pembentukan identitas tidak berlangsung sederhana. Ada beberapa institusi sosial yang turut memengaruhi identitas mereka secara pribadi atau sosial. Selain keluarga, media massa juga menjadi institusi sosial yang berperan sangat besar dalam membentuk identitas informan sebagai *fans* Juventus. Pembentukan identitas diri pun memiliki dua komponen penting, yaitu eksplorasi dan komitmen. Eksplorasi merupakan periode pada saat seseorang semangat dan aktif bertanya untuk mendapatkan keputusan tentang tujuan, nilai, dan kepercayaan. Sedangkan komitmen adalah ketetapan aktivitas langsung yang signifikan kepada implementasi dari pilihan tersebut.

Merujuk dari hasil yang diperoleh, semua informan mengalami pembentukan identitas sebagai *fans* Juventus (Juventini) melalui kedua konsep tersebut. Pada tahapan eksplorasi, semua informan dipengaruhi oleh *particular other* dan *generalized other* seperti yang disebutkan sebelumnya. Keluarga, teman, dan masyarakat sekitar mendorong mereka untuk mengenal sepak bola yang kemudian melihat pertandingan Juventus di televisi. Setelah tahu, barulah mereka mendapatkan keputusan tentang pilihan untuk menyukai Juventus dan menjadi seorang Juventini. Secara garis besar, semua informan sudah memiliki komitmen terhadap pilihan yang sudah mereka tetapkan. Komitmen yang pertama sebagai seorang Juventini adalah dengan memiliki atribut dan pernak-pernik Juventus. Semua informan sering memakainya dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjukkan identitasnya sebagai seorang Juventini. Yang menarik, tidak hanya sekedar menunjukkan identitas, tetapi seorang informan berusaha memperkenalkan sekaligus membanggakan Juventus kepada lingkungan sosial. Semua informan juga menunjukkan komitmennya sebagai Juventini ketika Juventus mengalami keterpurukan. Semua informan juga menyejajarkan Juventus dengan keluarga dan pasangannya.

Kemudian, identitas sosial seseorang ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan individu menempatkan diri pada posisi tertentu. Teori identitas sosial memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka secara pribadi. Temuan penelitian ini sejalan dengan apa yang dikatakan dalam teori identitas sosial. Semua informan menggunakan komunitas JCI untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka sebagai Juventini. Dalam membentuk identitas sosial, terdapat tiga komponen utama yakni kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial. Dalam tahapan kategorisasi, semua informan telah memahami dan mengidentifikasi kelompok.

Komponen pembentukan identitas sosial berikutnya adalah identifikasi. Setelah individu memahami kelompok sosialnya, maka individu mulai mengadopsi identitas kelompok tersebut melalui interaksi. Interaksi yang dilakukan secara terus menerus di antara sesama anggota akhirnya membentuk konsep diri anggotanya, dan ditambah dengan atribut-atribut yang dikenakan akhirnya memberikan identitas baru sebagai anggota-anggota JCI. Interaksi yang terjadi sesama anggota JCI tidak hanya di dunia nyata, mereka juga berinteraksi di dunia maya. Media-media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan website komunitas ([www.juventusclubindonesia.com](http://www.juventusclubindonesia.com)) mereka gunakan untuk berinteraksi.

Perbandingan sosial adalah tahapan ketiga dari identitas sosial. Ada kecenderungan untuk membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Semua informan telah sampai pada tahap ini. Mereka membandingkan identitas kelompoknya dengan identitas *fans* klub

lain. Semua informan sepakat beberapa *fans* klub seperti Barcelona adalah karbitan atau *glory hunter*. Mereka menilai *fans* Barcelona baru mulai menyukai Barcelona setelah timnya berjaya. Mereka tidak yakin jika Barcelona terpuruk, *fans*-nya tetap masih setia mendukung Barcelona atau tidak. Tidak seperti *fans* Juventus yang loyal dan setia mendukung Juventus baik sedang berjaya atau terpuruk.

Mengacu pada teori interaksionisme simbolik yang menjelaskan bagaimana manusia dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. Interaksionisme simbolik memiliki ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*mind*), diri (*self*), dan hubungannya dengan masyarakat (*society*). Makna identitas Juventini terbentuk secara interpretif oleh para informan melalui proses interaksi yang disepakati secara bersama. Komunitas JCI menjadi sebuah tempat berkumpul (*society*) bagi individu-individu (*self*) penggemar Juventus. Ketika mereka berpikir bagaimana bertindak sebagai seorang *fans* (*mind*) maka itu adalah hasil dari interaksi. Simbol komunikasi yang digunakan dalam interaksi adalah berupa bahasa. Temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa identitas sebagai seorang *fans* Juventus memiliki makna bagi informan. Pertama adalah kecintaan. Sebagai *fans* Juventus mereka merasa memiliki rasa kecintaan yang besar terhadap sesuatu. Meski yang mereka cintai adalah klub sepak bola, tapi tidak menutup buat mereka untuk memiliki rasa cinta terhadap hal lain. Kemudian makna kedua adalah loyalitas. Semua informan yang memiliki identitas Juventini menganggap dirinya sebagai *fans* yang loyal yang selalu mendukung Juventus saat sedang berjaya atau sedang terpuruk.

Selain memaknai identitas mereka sebagai *fans* Juventus, mereka juga memiliki makna sebagai identitas komunitas JCI. Kefanatikan di dunia olahraga turut memengaruhi pengembangan individu dengan membantu orang belajar untuk mengatasi emosi dan perasaan kecewa. *Fans* klub olahraga dapat bersatu dan memberikan perasaan memiliki yang bermanfaat bagi individu sehingga bisa terbawa ke tempat di mana mereka tinggal. Selain itu, kefanatikan menawarkan manfaat sosial seperti perasaan persahabatan, solidaritas, dan kebanggaan yang bisa meningkatkan harga diri. Hal tersebut juga terjadi dengan semua informan dalam penelitian ini. Mereka mengungkapkan bahwa bergabung dengan komunitas JCI, mereka memiliki ikatan sebagai *fans*. Yakni adanya perasaan kebersamaan, solidaritas, dan persaudaraan. Mereka memiliki perasaan yang sama ketika melihat Juventus menang atau kalah. Kemudian saling membantu dan tolong menolong sehingga timbul rasa solidaritas yang kuat.

## 5.2 Implikasi

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Peneliti mengharapkan penelitian ini memberikan manfaat teoritis. Secara teoritis dapat memperkuat studi-studi identitas. Baik itu identitas diri atau identitas sosial. Sekaligus menambah referensi penerapan analisis teori Interaksionis Simbolik yang dikemukakan Herbert Blumer dan George Mead. Studi juga memperlihatkan bahwa proses pembentukan identitas diri tidak sederhana. Ada faktor-faktor lain seperti keluarga, teman, kelompok etnis dan budaya, serta media massa yang turut memengaruhi pembentukan identitas seseorang.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi masyarakat yang menjadi penggemar suatu klub sepak bola. Sebagai seorang suporter atau *fans*, ternyata banyak makna positif yang bisa diambil. Baik itu menciptakan rasa loyalitas, solidaritas, atau sportivitas. Masalahnya, suporter dan *fans* kerap dimaknai negatif lantaran melakukan tindakan yang meresahkan masyarakat seperti perkelahian antar suporter dan perusakan atau *hooliganisme* yang menimbulkan kerugian secara materi dan moral.

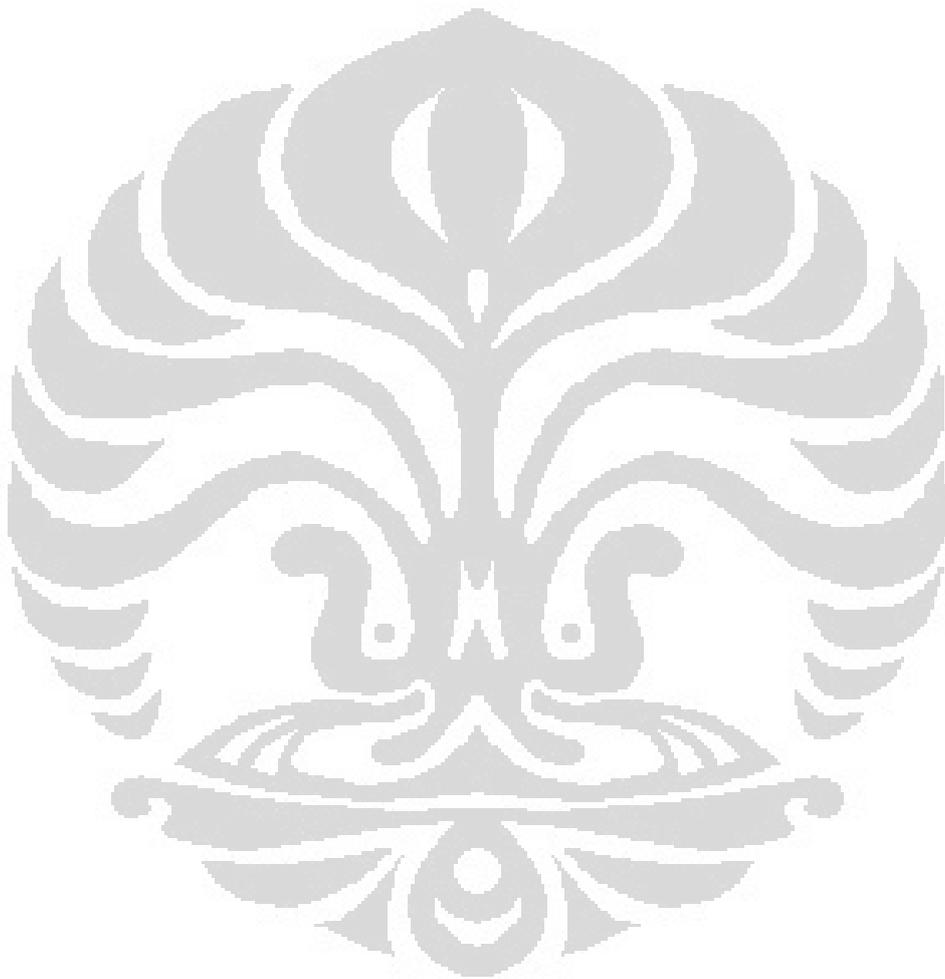
## 5.3. REKOMENDASI

### 5.3.1 Rekomendasi Akademis

Dari penelitian yang telah dilakukan, berikut rekomendasi yang dapat diberikan untuk dunia akademis:

1. Penelitian mengenai pembentukan dan pemaknaan identitas dapat juga diteliti melalui teori interaksionisme simbolik lainnya seperti teori dramaturgi Irving Goffman atau teori konstruksionis Peter Berger.
2. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa proses pembentukan identitas dipengaruhi oleh beberapa institusi sosial seperti keluarga, kelompok etnis, dan media massa. Penelitian selanjutnya bisa membahas dari segi institusi pembentuk identitas karena proses pembentukan identitas merupakan hal yang kompleks.
3. Penelitian mengenai identitas *fans* juga memungkinkan untuk melihat interaksi mereka di dunia maya. Kelompok *fans* biasanya sudah memiliki *web* atau akun di situs jejaring sosial dan sejenisnya. Menarik untuk dilihat bagaimana interaksi mereka di dunia maya yang mungkin bisa memengaruhi identitas sebagai *fans*.

4. Penelitian ini dapat dilakukan juga dengan menggunakan studi etnografi dan studi fenomenologi untuk mengkaji lebih dalam dan lebih detail bagaimana melihat perilaku *fans* dalam mendukung klub favorit mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland. *The Semiotic Challenge*. New York: Hill and Wang, 1998.
- Bosma, H. A., Graafsma, T. L. G., Grotevant, H. D., & de Levita, D. J. (Ed.). *Identity and Development: An Interdisciplinary Approach*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 1994
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Los Angeles: University of California Press, 1968.
- Charon, John M. *Symbolic Interactionism: An Introduction, An Interpretation, An Integration*. 9th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2007.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. *Qualitative Research, Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Routledge, 2008.
- Denzin, Norman K dan Yvona S. Lincoln (ed). *Handbook of Qualitative Research*. London: SAGE Publication, 2000.
- Denzin, Norman K dan Yvona S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Dominick, Joseph R. *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age* (8th ed.). Athens: McGraw Hill, 2005.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003.
- Etzioni, Amitai. *Affective Bonds and Moral Norm: Acommunitarian Approach to The Emerging Global Society*, 2005.
- Foer, Franklin. *Memahami Dunia Lewat Sepak Bola*. Jakarta: Marjin Kiri, 2006.

- Giulianotti, Richard, dkk (ed). *Football, Violence, and Social Identity*. London: Routledge, 1994
- Giulianotti, Richard, dan John Williams (ed). *Game Without Frontiers: Football, Identity, and Modernity*. Ashgate, 1994.
- Hogg, Michael A, dan Graham M. Vaughan. *Social Psychology*. Third Edition. London: Prentice Hall, 2002.
- Hogg, Michael A, dan Terry J. Deborah (ed). *Social Identity Processes in Organizational Contexts*. Philadelphia: Psychology Press, 2001
- Holmes, David. *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. London: SAGE Publications, 2005.
- Ife, Jim. *Community Development: Community-based Alternative in an Age of Globalization* Australia: Pearson Education, 2002.
- Jasmadi & E-media Solusindo. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis & Gratis*. Jakarta: Elex Media, 2008.
- Junaedi, Fajar (ed). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM, 2011.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1990
- Komunikasi UMS. *Remaja Digital: Learn, Play, Socialize, Participate*. Solo: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006.
- Lincoln, Yvonna S, dan Egon G. Guba. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: SAGE, 1985.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. 7th edition Belmont: Wadsworth Group, 2002.
- Marcus Messner dan Bruce Garrison dalam *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Stacks, Don W. Dan Michael B. Sawen (ed) New York: Routledge, 2006.

- Marhaendra, Andy. *Dari Sihir Afrika hingga Gereja Maradona*. Yogyakarta: Bentang Pusaka, 2010.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory 5th Edition*. SAGE Publications: London, 2005.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004
- Moss, Sylvia dan Stewart Tubbs. *Human Communication: Principles and Context*. New York: McGraw-Hill, 2008.
- Neuman, William Lawrence. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. 5th Ed. Boston: Pearson education.Inc., 2003.
- O'Brien, Jodi, dan Peter Kollock. *The Production of Reality: Essay and Readings on Social Interaction*. 3rd edition. California: Pine George Press, 2001.
- Palupi, Srie Agustina. *Politik dan Sepak Bola*. Yogyakarta: Ombak, 2004.
- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. California: SAGE, 2002
- Rogers, Everret M. *Communication Technology*. New York: The Free Press, 1994.
- Samovar, Larry A., Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel. *Communication Between Cultures*. Cengage Learning, 2010.
- Sarwono, Sarlito W. *Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Schneider, David J. *The Psychology of Stereotyping*. Guilford Press, 2004.
- Suyanto, Bagong, dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana, 2006.

### **Karya Ilmiah**

- Anggraini, Adisty Dwi. *Pembentukan Identitas Slankers Melalui Pemaknaan Terhadap Simbol-Simbol Budaya Musik Slank*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2008.

Effendi, Andhina W. *Media dalam Mengonstruksikan Identitas Audience (Studi Kasus: Rubrik Fashion di Majalah Cita Cinta)*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2011.

Hardiyanti, Rima. *Komunitas Jilbab Kontemporer 'Hijabers' di Kota Makassar*. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin, 2012.

Munro, Clayton Edward Steven. *Sports Fan Culture & Brand Community: An Ethnographic Case Study of The Vancouver Canucks Booster Club*. Faculty of Graduate Studies (Human Kinetics). University of British Columbia, 2006.

Sedyaningsih, Sri. *Identitas Sosial Remaja dan Computer Mediated Communication (Studi Dekontekstualisasi Pembentukan Identitas Sosial Remaja Melalui Computer Mediated Communication (CMC))*. Disertasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2010.

Simangunsong, Natasia. *Fenomena Hallyu dalam Pembentukan Identitas Diri (Studi Kasus Pada Triple S Medan Sebagai Komunitas Penggemar Boyband Korea SS501)*. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2011.

Syatori, A. *Media Komunitas dan Strategi Pengembangan Komunitas: Studi Tentang Proses dan Strategi Pengembangan Komunitas Berbasis Media Komunitas "Angkringan" di Bantul, Yogyakarta*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2009.

Utami, Sri. *Hubungan Status Identitas dengan Self-Esteem Remaja (Studi Deskriptif Korelasi pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Kota Bandung Tahun Ajaran 2010/2011)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan Jurusan Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia, 2011.

Yuniardi, M. Salis. *Identitas Diri Para Slanker*. Laporan Penelitian. Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah Malang, 2010.

## **Jurnal**

Baldwin, Richard. *Can (a Football) Community Tackle Climate Change? A Case Study Analysis of Ipswich Town Football Club's Campaign to Encourage Pro-Environmental Behavioural Change Amongst Its Fans*. CSERGE Working Paper EDM 10-05

Hamley, Katherine. "Media Use In Identity Construction",  
<http://www.aber.ac.uk/media/Students/klh9802.html> April 2001 (Diakses tanggal 6 Juli 2012 pukul 23.05 WIB).

McLeod, S. *A Simply Psychology; Social Identity Theory*. 2008.  
<http://www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html> (Diakses tanggal 2 Juni 2012 pukul 4.10 WIB)

Jacobson, Beth. *The Social Psychology of the Creation of a Sports Fan Identity: A Theoretical Review of The Literature*. *Athletic Insight*, Volume 5, Issue 2, Juni 2003.

Margalit, Avital. "You'll Never Walk Alone": *On Property, Community, and Football Fans*. *Theoretical Inquiries in Law. Community and Property*. Volume 10, No 1, Januari 2008.

Rabiee, Fatemeh. *Focus-Group Interview and Data Analysis*. *Proceedings of the Nutrition Society*, 2004, 63, 655-660

Richardson, Brendan. *It's Far More Important Than That: Football Fandom and Cultural Capital*. UCC, Dublin City University.

Williams, John. *Rethinking Sports Fandom: The Case of European Soccer*. *Leisure Studies*, Vol. 26, No. 2, 127-146, April 2007.

#### **Artikel**

"Tinggalkan Perbedaan, Satukan Tekad Demi Juventus!" *Bolavaganza* edisi November 2011 hal 92-93.

Xaveria Yunita. "Siap Rayakan Scudetto dengan Konvoi" *Top Skor*, 12-13 Mei 2012 hal 9.

#### **Artikel Intenet**

Callum D'Souza. *World Football: Ranking the Top 50 Most Influential Teams on the Planet*. 12 April 2011. <http://bleacherreport.com/articles/658324-world-football-ranking-the-top-50-most-influential-teams-on-the-planet#/articles/658324-world-football-ranking-the-top-50-most-influential-teams-on-the-planet/page/46> (diakses tanggal 15 Mei 2012 pukul 13.52 WIB)

Yoppie Christ. "Sentimen Kelas dalam Sepak Bola". 30 Januari 2011.  
<http://olahraga.kompasiana.com/bola/2011/01/30/sentimen-kelas-dalam-sepakbola/> (diakses tanggal 19 Mei pukul 02.46 WIB)

Kaustav Bera. "Top 10 Most Supported Clubs on Facebook: Is Barcelona the world's best here too?"

<http://www.goal.com/en-india/news/3745/soccer-lounge/2012/03/19/2973527/top-10-most-supported-clubs-on-facebook-is-barcelona-the> (dipublikasi tanggal 19 Maret 2012, diakses tanggal 19 Mei 2012 pukul 19.15 WIB).

Indra Pramana. "Jersey dan Identitas Suporter"

<http://www.bola.net/editorial/print/0000000915.html> (diakses tanggal 17 Mei 2012 pukul 23.33 WIB)

Achmad Firdaus. "Fans Barca dan Madrid Terbanyak di Eropa"

<http://bola.okezone.com/read/2010/09/11/51/371683/fans-barca-madrid-terbanyak-di-eropa> (dimuat tanggal 11 September 2010, diakses tanggal 15 Mei 2012 pukul 14.20 WIB)

"Media Massa di Era Globalisasi"

<http://www.zimbio.com/member/haryantoblog/articles/rrJc7yairJv/MEDIA+MASSA+DI+ERA+GLOBALISASI> (diakses tanggal 17 Mei 2012 pukul 23.35 WIB)

"Nyonya Tua Punya Penggemar Terbanyak"

<http://nasional.kompas.com/read/2008/12/18/00283942/nyonya.tua.punya.penggemar.terbanyak> (dimuat tanggal 18 Desember 2008, diakses tanggal 15 Mei 2012 pukul 13.14 WIB)

<http://www.inmystery.com/2011/01/10-suporter-paling-fanatik-di-dunia.html> (diakses tanggal 16 Mei 2012 pukul 21.35 WIB)

<http://www.topendsports.com/world/lists/popular-sport/index.htm> (diakses tanggal 16 Mei pukul 22.01 WIB)

<http://www.infed.org/community/community.htm> (diakses tanggal 8 Januari 2012 pukul 03.22 WIB)

<http://www.talksport.co.uk/magazine/big-picture/2011-10-13/worlds-most-popular-football-club-revealed-man-united-liverpool-arsenal-barca-real-or-chelsea?p=3> (dipublikasi 13 Oktober 2011, diakses 19 Mei 2012 pukul 19.11 WIB)

<http://www.juventusclubindonesia.com/webjci/>

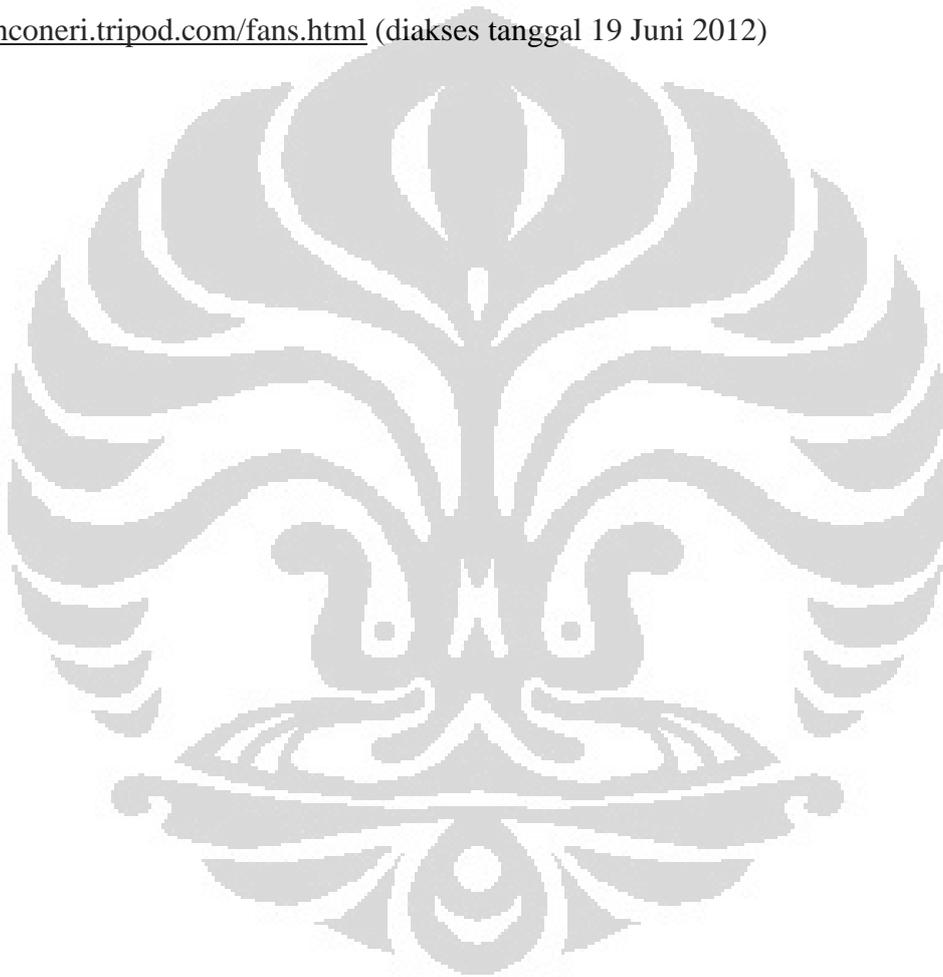
<http://www.pssi-football.com/id/index.php#> (Diakses tanggal 23 Maret 2011 pukul 23.14 WIB)

[http://www.agbnielsen.net/Uploads/Indonesia/Nielsen Newsletter Dec 2010-Ind.pdf](http://www.agbnielsen.net/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Dec_2010-Ind.pdf)  
(diakses tanggal 28 Desember pukul 12.52 WIB)

<http://kita-search.blogspot.com/2011/06/nama-suporter-klub-klub-sepakbola-di.html> (diakses tanggal 31 Desember pukul 03.45 WIB)

<http://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/mf-dow-jones/italia-dettaglio.html?newsId=778384&lang=it> (diakses tanggal 1 Juni 2012)

<http://bianconeri.tripod.com/fans.html> (diakses tanggal 19 Juni 2012)



**Informan 1 : Mamet**

**Lo sejak kapan menyukai Juventus dan menjadi seorang Juventini?**

Sejak kapan menyukai Juventus ya.. pertama tu dari... mungkin tu bukan dari suka kali. Mungkin dari tau dulu kalo gw sih. Gw dulu seorang Milanisti. Gw dulu seorang Milanisti karena dicekokin sama orang-orang zaman dulu lah. Dulu kan Milan masih ada trio-trio Belanda. Angkatan gw kan angkatan 85 jadi tahun 90-an kan zaman trio-trio Belanda lagi menggila. Bertiga lah itu si van basten sama si kribo-kribo itu. Terus... hmmm.. tayangan juga cuma satu kali doang tuh kan. Disiarin Cuma seminggu sekali seminggu sekali gitu. Nah suatu ketika gw ngeliat lupa taun berapanya pokoknya ada Milan lawan Juve. Juve kalah satu kosong. Tapi mulai di situ gw suka Juve.

**Yang nyekokin lo itu siapa?**

Yang nyekokin gw itu kerabat gw, sodara-sodara gw. Oo yang nyekokin apa nih? Kalo yang nyekokin Milan ya kerabat-kerabat gw. Kalo yang nyekokin Juve layar tivi. Jadi kesukaan gw sama Juve itu bukan karena dia mainnya keren, bukan karena ada pemain bagus, tapi mungkin aneh kali karena gw suka kostumnya. Gw suka warna hitam-putihnya itu. Gw ga tau ya apa karena waktu itu tivi gw yang belum berwarna apa gimana tapi emang gw suka sama item putih itu. Karena itu.. dan gw inget banget orang yang pertama gw suka itu si Squillaci taun 90-92 lah. Suka abis lah.. 92 lah kira-kira. 90 kan di Jerman tuh dia topskor, 90 gw masih lima tahunan lah. 92 tuh gw mulai tau-tau dikit bola lah.

**Taun 92 itu umur berapa lo? Tujuh taun ya berarti?**

Iya tujuh taun. Tujuh taun udah tau. Yaudah abis itu ya udah berubah aliran.

**Alasan pertama lo suka Juventus adalah....??**

Justru karena kostum. Warna kostum.

**Setelah lo suka sama Juve kan lo mengikuti terus perkembangan Juve, faktor-faktor apa lagi yang bikin lo semakin suka sama Juve?**

Ya kaya elo ini aja.. kaya lo beli handphone baru gitu. Lo udah punya handphone baru yang lo sukain gitu kan. Pasti kan lo setiap dua bulan pertama lo sibuk ngulik gitu kan wah ini handphone bisa ngapain aja. Sama aja kaya setelah gw suka Juve itu gw banyak nyari-nyari informasi gitu. Tapi saat SMP tapinya itu. Jadi pas sebelumnya masih SD gitu kan. Jadi

masih sekadar gitu aja. Ceng-cengan Cuma ga tau secara detailnya. Baru lepas kelas 5 kelas 6 lah gw mencari informasi. Informasi utama dulu tu cuman dari satu sumber, Planet Football. Koran Bola aja susah gw beli. Ya itu, pokoknya gw kulitin apa itu Juve gitu akhirnya gw tau dia punya historis, jadi gw baru meyakinkan bahwa gw ga salah milih tim. Itu..

### **Berarti lo suka Juve sebelum jadi juara atau sesudah juara?**

Kan tadi gw suka pertama karena jersey kan. Gw belom tau tuh Juve itu ternyata raja Itali. Belom tau gw, gw ga tau.. tapi periode itu kan diselingi juga Juve sempet juara gitu kan. Juve kan satu-satunya tim yang setiap satu dasawarsa di Itali tu pasti juara jadi ya adalah juara. Dan entah kenapa dari dulu tuh gw selalu bersikeras bahwa... apa namanya.. tiap fans klub yang sekarang ni kaya Barca segala macem semuanya tu glory hunter kalo gw bilang. Kalo menurut gw gitu. Baru gw meralat pernyataan gw itu setelah ada Parmagiani atau Fiorentina. Tapi mungkin juga mereka dulu jadi Parmagiani saat Parma lagi ada Buffon Thuram segala macem. Jadi Laziale saat masih si Cragnoti yang juara gitu . dari dulu tu gw gitu mulu bahwa ah.. kecuali lo orang sana dan punya sifat kedaerahan yang sangat tinggi banget gitu nah elo tuh bukan glory hunter kalo menurut gw. Kaya lo di sini ga tau apa-apa tentang Persija tapi liat temen-temen lo suka Persija jadi suka Persija juga itu kan karena faktor kedaerahannya juga. Tapi gak tau kalo sebenarnya historisnya Persija itu apa. Nah kalo orang-orang di Juve sana kan di kotanya sana kan mungkin tau gitu. Nah gw berpikirannya ga tau kenapa gitu fans-fans di Indonesia ini ya suka karena mereka pernah angkat piala karena mungkin tau perbedaannya.

### **Terus karena tadi lo bilang daerah adalah salah satu faktor, lo kan bukan orang Italia?**

Nah dari tadi gw bilang, justru itu makanya tadi kan gw bedain kenapa apa namanya... glory hunter yang namanya glory hunter... yang bukan akar kedaerahannya yang bukan dari daerahnya. Kaya tadi fans Persija gitu. Nah makanya gw menyebutkan diri gw sendiri glory hunter. Ternyata gw suka sama Juve bahwa mereka memang klub yang sukses. Kenapa sih gw ga suka sama Chievo aja gitu kan..

### **Atau mungkin klub-klub lokal Indonesia?**

Nah ga tau gw kan. Gw ga ada akar daerahnya sama sekali. Apa mungkin karena gw bukan orang asli Jakarta jadi gw ga suka klub di tempat gw tinggal. Tapi gw kalo Indonesia ga tau kenapa ga punya. Kurang ada ikatan gitu. Ga ada...

### **Apa arti Juventus buat elo? Monggo dijawab..**

Arti Juventus ya.. hmm.. sadis juga ni pertanyaannya. Arti Juve ya? wah berat juga nih.. apa ya..nggg,, Apa yaa... nggg.. ya buat gw sih penyemangat aja. Kalo gw analogiin jadi pangan sandang papan Juve itu sandang buat gw. Tetep keluarga itu jadi pangan, eh iya bener keluarga itu tetep jadi nomor satu. Tapi arti Juve itu maksudnya mengkomplementerkan, melengkapi. Dan itu komplementer itu sama aja kaya sandang gitu kan kalo lo makan tapi lo ga pake baju rasanya gimana gitu kan. Sama aja gitu kalo gw keluarga gw bahagia tapi Juve kalah ga juara kadang-kadang ada sedikit ga semangat. Kalo keluarga juara Juve juara nah ituu.. berimbas juga lah ke kehidupan.

### **Keluarga juara emang keluarga lu juara apaan? (ketawa)**

Maksud gw, keluarga gw bahagia gitu maksudnya. Keluarga bahagia, Juve juara itu udah jadi satu kesatuan yang mantap.

### **Tapi tetep nomor satu adalah keluarga?**

Kalo buat gw ya dia tetep... ya Juve tetep jadi penyemangat aja buat gw sih.

### **Kalo sama pasangan gimana?**

Ya itu salah satu bagian dari keluarga nantinya (tertawa)

### **Bukan itu, maksudnya pasangan sama Juventus...**

Oo pasangan sama Juventus... (mikir lama) susah ya.. hahaha. Pasangan sama Juventus ya? hmm.. sama sebenarnya karena sama-sama pake hati menurut gw. Ya gitu lah.. sama sama saling melengkapi.

### **Yang lo bangga ketika menjadi seorang Juventini, misal saat lo pake jaket Juve, itu apa sih yang lo bangga?**

Gw membanggakan gw bahwa gw sebagai suporter yang loyal. Suporter yang loyal karena tadi itu, Juve. Apalagi era-era yang sekarang, kalo Juve era yang dulu mungkin kelayalannya masih dipengaruhi oleh history karena banyak juara tapi ketika setelah kita dijungkir balikan ke Seri B segala macam justru di situ gitu letak kelayalannya. Di tahun 2003 gw masih pake jaket Juve di tahun 2012 gw masih pake jaket Juve. Mungkin di situ kali letak kebanggaannya itu gw tetep sama satu tim. Kira-kira gitu..

### **Lo udah pernah ngelakuin apa aja buat Juve?**

Nah itu mungkin catatan besarnya kali ya. gw panjang lebar gw bilang cinta Juve gw suka Juve tapi konkritnya yang paling besar itu untuk Juve cuman gw sebatas mendukung doang. Mendukungnya pun dari ribuan kilometer dari Juve maen gitu kan. Gw ga pernah beli jersey ori, gw ga pernah ikut memberinya sana langsung, jadi ya itulah palingan Cuma sebatas mendukung dari jauh ga ada interaksi langsung sama Juventusnya sendiri. Kalo beli jersey ori kan udah pasti ada sedikit masukan untuk divisinya Juve ini kan. Gw sendiri jersey ori ga punya, jadi ya Cuma sebatas ngedukung aja. Support

### **Tapi baju, atau atribut-atribut apapun lo punya kan?**

Ya atribut ada Cuma kan bukan atribut yang resmi yang ada langsung keterikatannya sama Juve.

### **Apa aja tuh atribut yang lo punya?**

Ya semua. Ya sandanglah kebanyakan..

### **Syal?**

Ya syal, jersey, jaket, kaos-kaos, spre, anduk, ya banyak deh.. tapi semua itu diitung tidak ori ya. hehe.. jadi ga ada keterlibatannya langsung gw sama Juve gitu. Keterlibatan langsungnya adalah Juve sebagai tim dan gw sebagai supporter gitu. Dan ya itulah..

### **Ada ga pengalaman unik lo sama Juve?**

Pengalaman unik? Hmm....

### **Ya kaya kemaren kan gw liat lo nangis pas Juve juara... atau apa gitu...**

Ya kmaren tu nangis untuk juara gitu. Kalo nangis pertama kali hmm..... apa ya. oh yang paling unik banget tuh waktu kalah sama Perugia tahun 2000 itu udah seyakini-yakinnya gw udah koar-koar Juve bakal juara. Tapi akhirnya kalah. Dari situ mungkin gw belajar jadi supporter jangan koar-koar dulu karena setelah itu dihajar gitu. Kalo pengalaman unik kedua ya sama kaya yang dirasain juventini lainnya lah pas Juve ke Seri B, lo ga nonton Juve setaun susah gitu. Bukan ga nonton tapi susah banget untuk akses. Itu unik banget. Dan unik ketiga ya gw bergabung dengan komunitas Juventini Indonesia.

### **Itu kapan lo gabung JCI?**

Dua ribu berapa gw ya... 2009 kayanya. 2009 apa 2008 ya gw lupa. 2009 kayanya.

### **Lo tau darimana tuh JCI?**

Internet ya. tau dari internet gw. Oo kalo tau dari internet itu tau secara ini ya. tapi gw justru tau dari temen gw tapi bukan anak Juventus. Temen gw anak fans klub lain...

### **Apa tuh?**

Milanisti Indonesia. Milanisti kan udah besar banget di sini. Nah gw cari tau ada ga Juventini ternyata ada. Juventini kan baru terbentuk setelah degradasi itu.

### **Yang melatarbelakangi lo buat masuk JCI itu apa?**

Apa ya.. ya itu dia kalo tadi gw suka sama Juve gitu kan, gw kulik Juvenya gitu kan, nah sekarang gw merasa apalagi setelah degradasi gitu kan gw merasa bahwa gw sebagai supporter yang tanda bintang loyal gitu kan, tapi ya gw pengen tau gitu ada ga sih sebenarnya apa lagi temen gw yang Milanisti itu bilang bahwa dia punya satu wadah gitu kan. Nah gw jadi tertarik untuk nyari ada ga sih di Juve ini. Jadi dari ketertarikan itu dulu gitu. Gw sebenarnya pengen tau di Indonesia ini ada apa ngga. Setelah tau ada ya itu gw masuk. Kenapa masuknya ya karena gw yaa lo nemuin kunci yang ilang ya langsung okelah gw masuk gitu.

### **Kunci ilang gimana maksudnya?**

Ya kalo lo nemu kunci ilang, saat kunci lo ketemu kan udah lega kan lo. Sama aja kan kaya gw nyari ada ga sih komunitas Juve dan ternyata ada gitu ya gw ga usah pikir dua kali lagi. Ya gw ikut.

### **Terus pendapat lo tentang komunitas JCI itu apa setelah lo masuk?**

Hmm.. ya organisasi yang ini ya.. pendapat apa ini maksudnya?

### **Pendapat elo soal JCI, apa aja misalnya masih kurang profesional, atau apa...**

Ya namanya organisasi basis fans gitu ya bukan organisasi mencari keuntungan. Hampir sama kaya NGO

### **Non profit?**

Non profit iya bahasanya itu kan. Organisasi kaya gitu kan apa namanya. Modal utamanya itu kan keloyalitasan anggotanya gitu. Jadi kalo ditilik dari situ sih gw bilang udah bagus. JCI itu

udah... dari segi tadi ya.. dari segi keloyalitasan. Dari segi perkembangan dari awal sampe sekarang di luar friksi-friksi yang terjadi tapi mereka tetap jadi number one fans base Juventus di Indonesia. Apalagi mereka udah dapet DOC langsung, lisensi langsung dari Juventus Member. Jadinya di luar semua berita miring mereka udah punya massa dan ya organisasinya cukup bagus lah.

### **Berita miring kaya apa sih maksudnya?**

Ya gini kalo gw iniinya.. hmm.. organisasi apalagi fans apa basis fans gitu kan basisnya orang-orang individual. Ketika di dalamnya orang-orang itu kan banyak kepala, ketika banyak kepala banyak argumen banyak segala macemnya, dan itu semua dipengaruhi sama Juventusnya langsung kalo menurut gw. Jadi ada fluktuasinya gitu. Kalo Juventusnya lagi anjlok itu moral orang-orang di fansnya itu biasanya anjlok juga. Tingkat keloyalitasannya dipertanyakan. Nah itu sempet kejadian kaya kemaren. Yang membuat ada JCI itu kan justru dari keterpurukan Juve, salah satu nilai positifnya gitu kan. Karena Juve terpuruk di situ ada JCI. Tapi setelah ke sini Juve agak naik dikit terus ancur-ancur-ancur lagi ya banyak silang pendapat lah saling ini saling ini saling ini sementara misi utamanya JCI itu yang gw tau, eh bukan misi ya, visinya itu mendukung. Mendukung itu boleh saran boleh kritik tapi tidak mencela. Nah dari fluktuasi Juve yang lagi turun itu banyak fans-fans yang justru mencela bukan ke arah mengkritik gitu. Jadi ada bedanya kan sebenarnya mengkritik sama mencela gitu kan. Nah dari situ ya banyak lah jadinya berita miring yang jadi kaya ada brainstorming di antara fans gitu kan. Yang wah Conte goblok. Nah antara Conte goblok dan Conte pinter kan beda. Nah itu friksi-friksi itu timbul atas sparatisme nah di situlah jadi muncul berita miringnya. Dan kalo sekarang sih ga rahasia umum lagi kalo JCI udah tetap nomor satu cuma udah banyak sparatismenya. Baik di daerah maupun di pusat sendiri. Dari yang gw tahu.

**Nah kalo lo sendiri, ketika di lingkungan tadi kan banyak pandangan-pandangan berbeda segala macem. mereka berinteraksi segala macem, lo ikut sebuah pandangan tertentu ga? Atau terpengaruh gitu..**

Nah, gw punya prinsip lah ketika dulu gw daftar di JCI gw cuman dikasitauin ya udah lo jadi member JCI, lo tidak punya tugas untuk ngapain, tapi lo ya mendukung Juve karena lo telah jadi memernya. Mendukung Juve baik untuk pertandingan maupun untuk sosialisasi, interaksi sosial lah sesama Juventini dan sesama fans klub lain. Karena elu membawa entitas tadi tuh, membawa bendera JCI, ketika lo ada friksi dengan fans klub lain atau dengan sesama Juventini, itu elunya bisa akan jadi jelek tapi imbasnya yang paling jelek itu adalah

justru kebenderaannya JCI, JCI atau Juventus.. Nah, dari situ gw punya prinsip ya udah karena gw adalah member JCI kiblat gw ke Juventus selaen ke Ka'bah, eh ke Ka'bah, ke JCI maksudnya gitu. Jadi kiblat gw ke dia gitu. Ketika JCI bilang kita harus jalan ke arah barat, ya gw ke arah barat. Meskipun yang tadi banyak sparatisme itu ke arah kiri ke arah selatan tapi gw tetep condong ke sana terus ke visi utamanya mensupport. Support itu boleh saran dan kritik tapi bedakan dengan mencela. Itu yang paling gw inget banget.

### **Yang udah pernah lo lakuin sama JCI apa aja?**

Yang pernah gw lakuin? Maksudnya apa kegiatan?

### **Iya kegiatan..**

Ya kalo kegiatan pasti nonton bareng, interaksi bareng, ngobrol-ngobrol, ikut acara gathnas gathering

### **Seberapa sering lo berkumpul atau beraktivitas di JCI?**

Yang pasti karena pertandingan Juve ada seminggu sekali pasti seminggu itu akan ada interaksi tapi ga menutup kemungkinan ketika ada hal perlu untuk rapat atau apa. Tapi yang pasti seminggu sekali lah.

### **Apa yang udah lo dapetin di JCI? Ketika lo udah masuk dalam JCI..**

Yang gw dapetin ya entitas. Kalo gw adalah anak Juventini Indonesia. Itu poin utamanya.

### **Maksudnya lo mendapatkan pelajaran apa di JCI?**

Ya itu tadi balik lagi bahwa gw diajarkan untuk meskipun Juve mo maen seburuk apapun tetap gw suport. Saran kritik boleh tapi bukan mencela. Itu justru pelajaran utamanya yang gw tau. Kalo solidaritas ya bisa lah. Tapi nomor sekian... oh ya mungkin gw bisa belajar berorganisasi.

### **Ini masih menyangkut pernyataan yang tadi soal kritik dan suport, kalo gw boleh tau bedanya fans sama suporter itu apa kalo menurut lo? Itu beda loh..**

Beda kalo menurut gw juga. Apa ya bedanya.. kalo menurut gw suporter itu yang langsung berinteraksi langsung dengan apa yang didukungnya. Misalkan lo suporter dion indonesian idol datang langsung ke JCC. Mungkin ya.. apa kebalik ya? gitu sih... kalo fans ya

mendukung dari jauh. Fans itu lebih kepada sifatnya kalo menurut gw menyukai kalo suporter lebih kepada memiliki. Apa kebalik ya? Kok lo jadi bikin bingung gw sih. hahaha...

### **Berarti lo menganggap diri lo sebagai fans?**

Gw fans.. kalo Timnas Indonesia ya bisa lah disebut suporter..

### **Kalo untuk level negara punya tim favorit?**

Negara ya Indonesia lah jelas.

### **Maksudnya ada tim lain selain Juve untuk lingkup Timnas...**

Sama negara ga terlalu fanatik banget. Ga sefanatik kaya gw ma Juve. Palingan ya seneng aja ngeliat mainnya. Seneng liat mainnya ya yang ada pemain Juventus, yang pasti ya Italia. Tapi gw ga akan sedih-sedih banget kalo Itali kalah ga akan seneng-seneng amat kalo Itali juara.. jadi Cuma di sisi ya okelah... bukan di sisi ayo Itali maju...!! gitu..

### **Ada ga perbedaan ketika sebelum masuk dan sesudah masuk komunitas?**

Ada lah.. pasti ada karena gw ketemu banyak kepala ketemu banyak karakter jadi gw tau suara-suara mereka Juventus itu apa Juventus itu bagaimana. Tau pandangan orang sesama Juventini kalo Juventus tu seperti apa..

### **Seperti apa?**

Ya misalkan perbedaan menurut gw A, menurut dia B. Bukan hanya dari sudut pandang gw, tapi gw bisa tau dari sudut pandang si B ini melihat Juventus tu seperti apa. Dan gw juga tau Juventini lain itu jago-jagonya seperti apa. Jadi gw ga merasa bahwa gw ini fans dewa. Fans yang paling fans gitu.. ternyata masih ada lagi yang lebih ngefans banget sama Juve.

### **Ada ga tim yang lo benci?**

Tim yang gw benci ya.. pertanyaannya menjebak nih.. haha. Apa nih Indonesia ato Itali?

### **Apa aja...**

Gw sebenarnya ga banyak punya tim yang gw benci. Tim yang gw benci ya berkaitan dengan saat sekarang sudah pasti Inter. Kalo jaman dulu gw ga punya..

### **Kenapa?**

Ya itu karena ada kasus itu...

### **Kasus apa?**

Ya kasus Calciopoli itu kan. Entah itu kasus yang memang Juventus terbukti salah atau pun itu buatan Inter yang menurut opin-opini orang Juve, karena gw baca beritanya kan pasti dari Juve, opininya pasti opini orang Juve semua. Nah mereka pasti semua mihak ke Juve, tapi tetep setelah kasus itu ya opini gw terbentuk agaknya membenci klub ini. Tapi ya ga sebenci misalnya gw liat suporter Inter mesti gw tonjok gitu ya ngga. Lebih ke arah spectre kali ya. Hate the clubs not fans. Nah salah satu kasus yang paling gampang adalah bos gw Interisti. Gw disuruh nyari tiketnya, gw dikasih jersey Inter. Dia abis balik dari Jerman nyuruh gw beli tiket Inter, “woi beliin gw tiket inter,” ya gw males banget gw suruh dateng aja besok ke stadion. Dan bener dia dapet yang harga gope tuh udah turun jadi 170 dia beli saking ga lakunya itu calo. Rugi-rugi deh.

### **Kalo Inter katanya suka disebut “Merda”, kalo lo sendiri nyebut Inter itu apa? Atau mungkin punya sebutan sendiri?**

Ya, Merda itu kan udah frasenya sama Inter di Itali sana. Drughi dan fans Juve lainnya juga seperti itu. Drughi itu fans garis keras di Italia. Jadi Inter dan merda itu sudah salah satu frase. Tapi bukan hanya Inter aja sebenarnya. Milan pun juga gitu, Milan merda. Tapi semua itu jadi berujung pada akumulasi semua kebencian gara-gara, menurut gw gara-gara kasus 2006 itu. Inter itu udah jadi musuh nomor satu. Ketika Milan juga dalam musuh, tapi Milan itu juga menyerang Inter, Milan itu akan jadi teman.

### **Apakah lo membenci Inter ketika mendapatkan informasi-informasi rekan sesama Juventini?**

Ya itu dia tadi yang gw bilang. Di balik semua itu, faktanya memang Juventus bersalah, tapi kemudian ada banyak opini lagi, banyak berita lagi, yang sayangnya semua itu dari kubu Juve jadi ya pasti ada pembelaan gitu kan. Tapi akan subyektif. Tapi ya karena gw Juventini ya baca berita Juve ya opini gw juga jadi sama. Opini gw mencorong ke arah Inter ternyata juga bersalah tapi tidak dihukum. Jadi buat gw Inter itu akumulasi kesalahan kasus kemaren. Kalo ga ada kasus kemaren juga ga begitu benci-benci amat. Karena Inter itu udah jauh ga menjangkau Juve maksudnya mereka udah kalah segala-galanya. Dari segi piala, segi fan base, jumlah fans di Indonesia kalah di dunia juga kalah. Di Itali juga kalah..

**Ketika lo berada di lingkungan biasa, lo tetep menunjukkan identitas lo sebagai Juventini ga?**

Ya tadi dari atribut tadi itu. Misal gw pake kaos ato kostum Juve gitu. Tapi beda banget ketika gw bareng sama anak Juventini. Pasti identitasnya dikeluarin banget kalo gw anak Juventini. Jadi ketika biasa berkumpul dengan yang lain ya gw kembali lagi ke manusia normal yang hanya dilengkapi atribut Juve. Sama aja. Makanya ketika gw bareng-bareng ama temen gw dan di dalamnya ada pendukung Milan, pendukung Inter, biasa aja ga ada friksi karena memang sedang ga terlibat untuk saling serang. Tapi ketika sudah di satu identitas ya udah memang mesti Juve banget.

**Berarti ketika lo masuk komunitas lo ikut dalam apa yang komunitas tunjukkan?**

Ya begitulah. Sama kaya spiderman nemu penjahat dia akan pake topengnya akan lompat-lompatan ngejar penjahat. Tapi ketika gak sedang ada acara Juve ya biasa aja jadi wartawan biasa pake kamera. Ga terlalu diperlihatkan sebagai identitasnya.

**Kalo lo liat fans-fans lain seperti Milanisti, Interisti, atau misalnya komunitas lain kaya lo bilang glory hunter...**

Nggak, kalo menurut gw glory hunter itu akan terus berlaku sampe sekarang menurut gw. Apalagi sekarang menurut gw sosial media memengaruhi orang jadi fans klub tertentu. Itu menurut gw. Anak kelas 5 SD atau SMP yang ga tau bola trus nonton bola wuih keren mainnya bla-bla-bla, kemudian di sekolahnya ngomongin klub itu, di timelinenya, di feskuknya banyak, ya dia bisa terbrainstroming sendiri bahwa klub ini bagus. Sekarang ya begitulah. Menurut gw banyaknya bermunculan fans-fans itu dari sosial media. apalagi ngomongnya di Indonesia. Indonesia gw ga ngerti deh tingkat sosialnya itu tinggi banget apa gimana. Bayangin aja misalkan si Dion nyanyi trus jadi trending topic. Ini apa maksudnya.. jadi sama aja ketika nanti misalkan Liverpool maen lawan MU, Liverpool menang wah isi timeline Liverpool semua maka akan ada satu orang yang jadi pendukung Liverpool malam itu juga. Jadi semua bisa dipengaruhi oleh itu.

**Tapi kalo Juve yang main itu nggak deh. Karena ga ditayangin..**

Nah itu dia, meski Juve ga main tapi ada sosial media yang bisa terus ke arah situ. Tapi entah kenapa gw tetep merasa, kenapa ada orang yang mendukung Chievo kecuali dia berasal dari Verona. Klo dia bener-bener orang Verona asli ya wajar. Tapi ya ada di Indonesia gitu dukung Chievo itu gw ga tau akarnya dari mana. Makanya dari situ gw tarik kesimpulan

bahwa semua fans itu adalah glory hunter menurut gw. Meskipun gw berawal dari suka jersey tapi setelah tau bahwa wah trofinya di lemari banyak wah tim juara nih gak salah pilih tim gitu kan. Tapi ya mungkin adalah sebagian kecil yang jadi fans klub bola itu bukan dari tadi yang ke glory hunteran gitu. Tapi ada akarnya misalnya dari keluarga. Bapaknya dulu suka Ajax sampe anaknya suka Ajax Amsterdam. Tapi menurut gw tetep aja b gitu. Temen gw juga banyak debat ama gw menyangkal itu. “Ah nggak kok gw jadi Liverpoolian di saat lagi anjlok.” Emang saat lagi anjlok dia suka Liverpool tapi kan trofinya juga banyak. Okelah lo jadi Liverpoolian pas masih anjlok, tapi kenapa elu selalu bangga-banggain gw udah lima kali juara Champions. Itu tetep glory hunter... history juara itu tetep salah satu pemicunya lo milih klub itu. Ya makanya gw bilang semua termasuk gw juga masuk kategori glory hunter. Kecuali besok gw pindah jadi Pescara Indonesia gitu kan. Itu baruu..

### **Kalo di JCI kan ada yel-yel, lo cukup apal ga tuh?**

Ya cukup apal, tapi ga semua. Dan gw tau itu dari komunitas. Memang yang memperkenalkan gw tentang yel-yel itu ya komunitas. Gw merasa lebih jadi Juventini. Sebutan Merda itu gw juga tau dari komunitas.

### **Menurut lo fans karbitan itu apa?**

Kalo menurut gw glory hunter sama karbitan itu beda. Glory hunter itu masih ada lah di salah satu parameter fans loyalitas. Kalo karbitan itu parameternya agak abu-abu. Bakal juara sekarang besok Madrid jadi juara ya ganti jadi Madrid. Atau pacarnya ngomong Juventus jelek, lo harus milih Dortmund, trus lo berubah jadi Dortmund. Hahaha.. kalo gw sih mending ganti pacar dibanding ganti tim.. hahaha.

### **Kalo pacar lo Interisti gimana tuh?**

Naah itu yang mesti gw bedain. Balik lagi gw akan jadi Spiderman. Kalo di saat Inter main mungkin gw akan adu argumen tapi ketika pertandingan itu abis ya udah satu selimut tetep berdua. Kebetulan pacar gw Inzaghinisti. Di mana Inzaghi bermain dia dukung Inzaghi bukan dukung klubnya. Nah di sinilah mungkin gw ngeliat perbedaan fans dan supporter kali ya. Kalo di sana mungkin supporter, kalo di sini fans. Makanya kalo ketika ada suatu komunitas tapi kiblatnya ke arah supporter. Gampangnya adalah Drughi, kiblatnya tuh ke supporter kan kalo menurut gw. Ujungnya ke Juve tapi kiblatnya ke supporter. Mereka mottonya itu “kami adalah solo”. Solo itu berarti sendiri, mereka hanya mengiyakan sebagai temen ketika mereka Drughi juga. Kalo mereka Viking Juve ya musuh. Tradizioni Juve ya musuh makanya

berantem mulu. Nah ternyata itu dibawa ke Indonesia. Gw ga bilang bagus ato jeleknya. Tapi ya ga ngerti salah kaprah ato ngga. Itu misalkan Drughi Indo. Mereka membawa tradisinya Itali ke Indonesia gitu. Yang mana Indonesia punya akar sosial yang tinggi, makanya gw ga habis pikir gampang orang yang pake baju Inter gitu. Nah kalo ketika lo dalam rumah lo bapak lo sendiri itu Interisti itu gimana. Apa lo bakal bilang “pak gw ga mau jadi anak lo lagi saat ini”? kalo dia ga ngomong gitu ke bapaknya percuma mereka tereak-terek “Kami ini Solo”. Ya karena harus sesuai dengan konsepnya dong. Solo tapi masih begitu. Maksud gw ya ga cocok aja. Jadi harusnya ya sebuah fans klub itu kiblatnya ke klub bukan suporter yang ada di sana.

### **Berarti kalo suporter itu udah pasti fans dan kalo fans itu belum tentu suporter?**

Ya bener kalo menurut gw gitu.. wah berarti gw masih tahap fans ya. Mesti ke Itali untuk jadi suporter.

### **Jadi menurut lo, menjadi seorang Juventini itu harus seperti apa sih?**

Kalo gw sih menyukai suatu apa namanya. Ya mesti gunakanlah hati lah. Jangan Cuma pake emosi. Pake emosi itu jatohnya akan karbitan. Pake emosi itu jatohnya sekarang lagi juara, bsok tereak “goblok goblok goblok” terus pindah ke klub lain. Itu kan emosi. Gunakanlah hati untuk merangsang otak biar tetep Juventus. Yang pertama sih itu gunakan hati, kalo ya hati itu untuk meyakinkan bahwa lo jadi Juventini. Kelayalan itu nanti akan terbentuk sendirinya ketika lo memang udah mantep.

### **Berarti lo sama pacar lo loyal dong ya?**

Ya udah pasti. Ketika jadi istri ya loyal. Hehehe.. Maksud gw tadi kan jadi Juventini itu ga perlu beli banyak-banyak lah atribut tapi yang terutama adalah dukung sepenuhnya. Pake hati, cintailah gitu kan... yakinkan bahwa lo tidak salah milih klub. Ga tau juga ya, kalo menurut gw seorang Juventini akan selamanya jadi Juventini. Ga tau juga apa Zidane ngomong gitu ato ngga.

## **Informan 2: Oday**

### **Sejak kapan lo menyukai Juventus dan menjadi seorang juventini?**

Gw sebenarnya ga suka langsung dari klub nya tapi dari pemainnya, dulu waktu 1999 gw di kasih yah dibeliin lah baju Filippo Inzaghi sama bokap.

Nah dari situ tuh gw suka, Juve masih sponsornya Digital Liberty. Inzaghi nomor 9, nah semenjak itu gw suka tuh gw sering nonton. Awal-awal liga Itali masuk kan, akhirnya gw suka sama Juve lama kelamaan. Dan sekarang gw sangat fanatis banget sama Juventus

### **Berarti waktu itu lo umur berapa?**

9 tahun

### **Alas an lo suka sama Juve?**

Itu dia klub pertama yang gw tau, soalnya dulu bokap gw ga tau bola. Jadi pas gw dibeliin kaos itu gw suka, gw liat namanya Juventus, gw nyari di TV ada tuh dan gw ngeliat nomor 9 si Inzaghi. Yaudah gw suka, karena kenapa? kata bokap gw yang nyetak gol itu keren, yaudah gw suka. Itu doang alesan gw

### **Nah abis itu kan Inzaghi pindah ke Milan?**

Nah makanya gw suka Juventus dari 1999 kan, dari bajunya duluan. Soalnya yang dibeliin bajunya Inzaghi duluan kan. Awalnya Inzaghi baru Delpiero gw suka.

### **Apa sih arti Juve buat lo?**

Juve tuh fanatisme gw, istilahnya bukan agama lah. Gw ngedukung lah, apa yah? Terlalu fanatis istilahnya cinta ke berapa gitu

### **Lo kalo punya pacar, lo pilih Juve apa pacar lo?**

Itu dia susah ya.. hahaha. Sebenarnya susah ya, sering gitu gw berantem.. hahahaha. Itu Skak tu pertanyaannya bisa diganti ga tuh? hahaha

### **Berarti lo bangga ya menjadi seorang Juventini?**

Wuaah bangga, secara sejarahnya panjang. Yang gw banggain tuh sejarah, pemainnya, pialanya aja gw banggain 30.

### **Oke, ada lagi ga?**

Banyak sih, secara gw sukanya dari ngeliat Liga Champions pokoknya gw suka sama Juve lah. Dan setelah gw suka Juve gw ga pernah lagi tertarik sama klub-klub lain. Setelah calciopoli juga, gw tetep juga Juve. Koran topskor gw beli.. dasar merda tuh

### **Calciopoli tuh apa sih maksudnya?**

Calciopoli tuh Farsopoli, maksudnya tuh transkrip-transkrip telepon yang apa yah istilahnya, yang FIGC tuh... siapanya FICG gitu, kok gw describe nya susah ya.. yah pokoknya itu lah yaa, ada transkrip telepon yang terkuak dan Juve dianggep curang. Padahal blom tentu bukti juga.

### **Kalo merda, sebetulnya merda tuh apa sih?**

Musuh, merda itu musuh.. Itu sebutan untuk satu tim doang

### **Kayanya lo berat ya ngomongnya itu?**

Banyak kok yang ga suka sama Inter Milan, Tanya aja pendukung Juve. Siapa yang suka Inter Milan. cuman kalo dalam keadaan tertentu kadang gw dukung merda. Pokonya gw dukung merda kalo lagi saat penting

### **Lo kenal istilah “merda” dari mana?**

Dari ini, istilahnya dari facebook nih pertama. Turun nih kita selalu nobar ngomong nih merda, merda, merda. pasti berbahasa merda Pezzo di Merda.

### **Ceritain pengalaman unik lo sama Juventus?**

Pengalaman unik gw, waktu umur 13 tuh pertama kali nih katanya dari bokap gw yang sebetulnya gatau bola, Liga Champion katanya

### **Taun berapa tuh?**

2003, gw disitu dukung Juve dari awal sampe akhir. Cuman kayanya liga champion belum disiarin, eh udah disiarin. Dan di saat final itu gw histeris banget pas kalah Juve, dan 2006 apa lagi, nyesek.

### **Ketika apa?**

Ketika Juve kena pengurangan poin, turun kasta, degradasi, trofi dicabut

**Kira-kira gara-gara kasus itu lo makin cinta ato malah makin benci?**

Pertamanya agak, eh gimana yah? kok gini sih tim yang gw suka kok main curang? Pertamanya gw percaya gitu tanpa melihat sumber-sumber yang lain, yah agak sedikit ilfil saat itu. Tapi cuman kan pas gw udah gabung ke sini-sini. Taun 2010-an gw mulai gabung JCI akhirnya gw tau tuh kebenarannya kenapa begitu dan gw tetep dukung. Taun 2006 juga sebenarnya gw dukung, sampe gw beli koran Top Skor Rp 2.000,00 tiap hari cuma buat berita seri B doang tuh ada tuh volumenya, Delpiero jadi apa tuh kalo di top skor jadi capocanonieri kan 27 gol

**Trus lo udah ngelakuin apaan aja buat Juve?**

Buat Juventus belom, tapi kalo buat JCI banyak, yah kayak nobar. Pernah kegiatan amal bencana alam, trus kita juga ngadain turnamen, turnamen futsal antar fans klub.

**Jersey gimana? lo beli ga?**

Untuk dua taun eh taun kemaren gw ga beli, taun ini niat beli lagi. Taun 2010 gw beli, 2011 ga beli

**KW apa asli?**

KW Thailand

**Asli ato ori punya ga?**

Wah gw ga punya klo ori..

**Kalo pernah-pernik laennya?**

Sweater, jaket, syal. Syal gw ilang

**Lo tiap nobar harus pake atribut itu ga?**

Selalu, setidaknya mencerminkan kalo gw ini Juventini. Apalagi gw juga ikutan nyanyi-nyanyi yel-yel serasa udh kaya di stadion...

**Trus sejak kapan lo mulai bergabung di JCI?**

Dari facebook, trus gw diajak gabung sama Agus Budisantoso Februari 2009 eh 2010. Pertama kali acaranya tuh futsal. Pokoknya futsal dulu masih di GS. Kita nobar di GS juga pas lawan Bari. Eh Bari apa Bologna ya gw lupa yang kalah 0-1..

**Brarti lo kenal JCI dari Facebook dulu pertama yah?**

Iya, diundang

**Alesan lo gabung di JCI tuh apa sih?**

Yah karena gw suka Juventus, karena gw cinta Juventus. Masa gw sukanya Juventus gw gabungnya United Indonesia? Makanya gw langsung masuk..

**Ngga, maksud gw kenapa harus masuk ke komunitas Juve. Padahal kalo ga masuk pun juga ga knapa-knapa kan?**

Karena gw pengen tau aja, Juventus kaya gimana. Secara gw kan awam tuh tentang bola, keluarga gw juga ga ada yang ngerti bola dan kebetulan gw suka bola. Jadi interest aja gitu, pengen tau.. pengen ngedalamin juga

**Pendapat lo tentang JCI?**

Menurut gw tuh, JCI udah merupakan organisasi yang besar yah, secara udah ada undang-undang rumah tangganya, terus banyak juga anak-anak JCI lain. Misalnya JCI Bekasi, Tangerang iya regional chapter gitu, terus banyak kegiatan, dan termasuk organisasi besar menurut gw sih, dan gw bangga menjadi salah satu bagian kecil dari JCI. Bisa berkontribusi..

**Seberapa sering lo kumpul ato beraktivitas bersama JCI?**

Awal taun 2010 gw sering banget ngumpul, tiap kegiatan gw pasti hadir cuma kesini-sini yah karena rutinitas juga kan gw kuliah. Kalo nobar baru gw selalu dateng mungkin, kalo futsal ato kongkow ato kopdar-kopdar gw sekarang udah mulai jarang

**Berarti dulu sering?**

Iya sering..

**Biasanya kalo kongkow apa yang lo lakuin sih?**

Seputar juve, yah seputar gossip bola lah. Biasalah pria..

**Sebagian besar tentang Juve dan bola lah ya?**

Iya..

**Lo selalu pake atribut Juve pas kegiatan JCI ga?**

Iya dong. Justru di situlah gw ngerasa ada kesatuan ketika smuanya pake baju Juve, misal pas nobar. Itu kerasa banget..

**Yang udah lo dapetin ketika lo bergabung dalam komunitas Juve?**

Kebersamaan...

**Ada lagi?**

Berbagi sedih senang saat tim kalah, kerasa banget kan tuh kalo Juve kalah ya kita semua yang ikut nobar berasa senasib sepenanggungan... trus juga cara berorganisasi yang baik

**Emang lo ga pernah berorganisasi?**

Gw organisasi sering tapi ga terlalu ngedalamin. Baru kali ini doang gw mendalamin, dulu ada nih organisasi yang gw ikutin tapi ga aktif gitu jadi biasa aja kaya member biasa, kalo di sini kan kaya pengurus.

**Di JCI sendiri lo jadi apa?**

Sekedar pengurus aja sih sekarang, mungkin gw bilangnya gw ini humas kalo di JCI gw gatau gw diutus jadi apa cuman gw masi sering bantu-bantu lah kalo dalam urusan nyebar informasi.

**Kira-kira ada perubahan ga dalam diri lo ketika sebelum masuk JCI dan setelah masuk?**

Banyak sih perubahannya, gw ngerasa kalo bergaul tuh begini-begini yah harus mengenal karakter ya kan. Ga bisa asal ceplas-ceplos kayak dulu-dulu takutnya ada yang sakit hati. Terus gw juga jadi aktif ya kan, dan fanatisme gw bener-bener keluar. Dulu yah nonton TV liga Serie A aja padahal Juve main aja gw males nonton sendiri, kalo sekarang rame-rame jadi lebih ngerasa lebih fanatik aja. Lebih fans.. Banyak sih perubahan gw sejak masuk JCI, banyak temen juga. Happy lah pokoknya.

**Kalo menurut lo, seorang Juventini tuh harus kaya gimana sih?**

Harus ada untuk mendukung di saat timnya di bawah atau di atas, menurut gw itu udah sejati lah, ga perlu mencemooh pemainnya, pelatihnya. Kita kan dukung sepenuh hati, ga perlu lah kaya gitu-gitu. Itulah Juventini sejati..

**Kalo lo sebagai Juventini sejati, ketika lo di luar aktivitas JCI, sehari-hari lo tetep menunjukkan diri lo sebagai Juve ga?**

Kadang-kadang, dari atribut kayak pakaian misalnya..

**Kalo di JCI ka nada yel-yel. Lo sendiri apal ga?**

Sebagian besar sih apal, sebagian besar. Ada juga beberapa yang nggak

**Dan itu lo tau setelah masuk?**

Iya setelah masuk, setelah browsing setelah cari tau semua. Gw apal..

**Kalo misal sama lingkungan luar maksudnya sama fans klub lain gimana?**

Gw justru gatau fans klub lain, gw cuman intens di JCI, facebook jadi nya gw ga peduli juga sih gw. Kecuali lingkungan dalem gw kayak tim futsal gw kaya gitu-gitu doang, kalo fans klub baru JCI doang

**Kira-kira Juventini punya musuh bersama ga sih?**

Banyak. Kalo JCI sendiri, tergantung pribadi masing-masing sih gw musuh sih ngga ada yang dibenci banyak ahahha.

**Bisa sebutin ga apa aja?**

Klub nih?

**Yah apa aja, lo ga suka klub, pemain, atau apa..**

Kalo klub Inter, Liverpool, MU dengan keangkuhannya, Barca kalo ada tifosi karbitan tuh kayanya gimana gitu. Mau ngomong karbitan tapi ga enak. Sok tau gitu..

**Karbitan tuh apa?**

Istilahnya mereka mendukung di saat klub itu lagi di atas, di saat mungkin klub itu di bawah mereka ga mendukung. Mungkin mereka pindah ke klub lain ya kan? Mungkin.. siapa tau ya kan. Gw juga baru kenal Barca dari Frank Rijkaard, Ronaldinho, trus juara 2009.

**Tapi temen gw ada juga sih yang kaya gitu, dulunya Juventini pas ke degradasi pindah deh. Pas Barca juara masuk deh itu..**

Iya banyak. Temen gw juga banyak. Malah dulu yang suka Barca itu malah lebih tau legenda Juve daripada gw. Istilahnya gw ditanya nih, Ravanelli nomor berapa dulu, gw jawab salah, trus dia bilang wah salah tuh.. eh tapi sekarang dia fans Barca. Cules dia cules.. Dulu juga banyak di kampus. Terutama di kelas, dulu mah kelas gw rata-rata kan kelas biasa lah yang gw tau fanatik klubnya jarang. Paling ada beberapa orang. Cuman sekarang banyak aja gitu tuh jersey Barca dipake, setau gw dulu mereka netral aja gitu tim bola manapun didukung. Ya kaya tarohan ya kan ga bergantung sama satu klub.

**Kalo misalnya ada klub laen yang menang, misal Milan atau MU, lo sama temen lo yang fans Milan ato MU ikut memberikan selamat ga?**

Gw selalu memberikan selamat, secara di luar ato di dalam tetep diselametin lah dari twitter teteplah gw selametin tuh yang namanya Napoletano. Gw selametiin biarpun gw ga kenal mereka yah buat silaturahmi aja. Selamat menang Coppa Italia selamat.. nyesek gw emang.

**Kalo Inter?**

Hahahaha.. selamat deh lo ga masuk Liga Champions..

**Waktu pas Inter treble lo gimana tuh? Misal temen lo ada yang Interisti, lo ikut memberikan selamat dengan terpaksa apa gimana?**

Ga pernah, bahkan gw cengin. Lo treble? Mana di Koran Soccer malah yang ada poster apa ya gitu bukannya treble mereka yang diomongin, pas Inter Liga Champions tuh. Mampus deh tuh dalam hati gw. Lagi pula sekarang yang mereka banggain juga cuman treble-treble-treble. Buat gw biasa aja, banyak klub yang treble.

**Tapi lo negara mihak Italia?**

Gw kalo negara entah gw dukung apaan, gw juga ga terlalu in sih sama Itali. Dulu gw sempet agak suka sama pemain tuh bukan klub ya. Si Ronaldo tapi lama kelamaan ah jadi males kayanya gimana terlalu angkuh apa gimana. Dulu gw suka Portugal tuh pas 2004, pas euro juga kan tuh. Wah keren nih kayanya apa lagi nomor 17 tuh si Ronaldo akhirnya dari situ gw agak suka tuh. Ngeliatin ngeliatin ngeliatan, Cuma ke sini-sini udah ngga. Kalo negara gw

ngga sih, Cuma mungkin Itali, mungkin dukung itali karena punggawa Juve kan banyak disitu. Gw dukung Itali.

### **Berarti kalo pemain Juve banyak orang Jerman lo akan mihak Jerman?**

Dan gw ga mungkin seperti Popon bela Jerman.. hahahaha... Ngga, gw netral kalo negara, Indonesia gw

### **Nah berkaitan dengan Indonesia nih..**

Sampe tadi gw teriak-teriak nonton Indonesia kenapa bisa dari 2-1 trus jadi 2-2 lawan Filipina.

### **Lo punya klub lokal jagoan lo ga?**

Ngga sih, ngga terlalu fanatis lokal gw. Cuman kalo dibilang suka, gw suka Persib doang karena itu tanah kelahiran gw. Persib nu aing.. ga ga terlalu suka sih gw. Ga ngikutin juga yang penting negaranya. Timnas gw tetep.. Indojuve.. hehe

### **Kenapa lo lebih milih Juventus daripada Persib? Padahal Persib kan tanah kelahiran lo?**

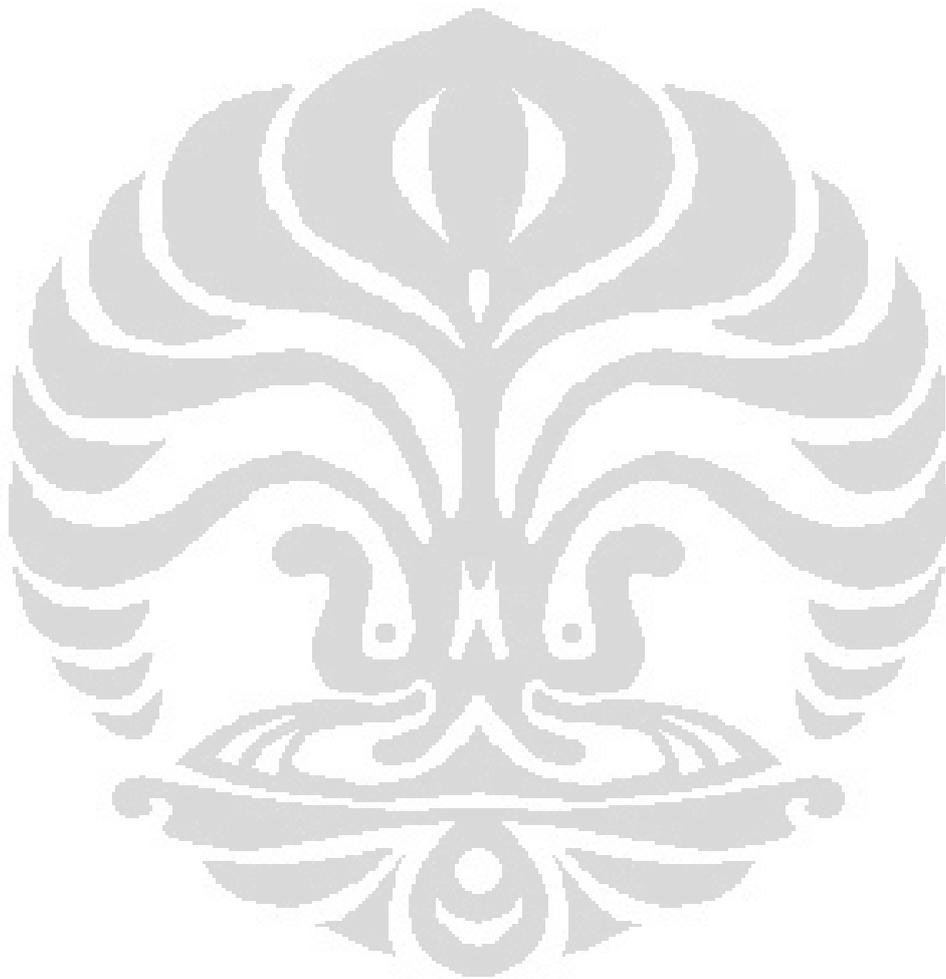
Yah itu juga kan.. kembali aja ke masa lalu gw, kalo bokap gw ngasih baju Persib dulu ya gw pasti suka Persib, gw dukung Persib. Cuman bokap gw ga gembor-gemborin dia dari Bandung harus dukung Persib, bokap gw kan juga netral lah soal bola. Ga terlalu tau bola jadi ya gw istilahnya udah dukung Juve aja lah sampe fanatik banget sama Juve. Kalo Persib mah ga tau. Cuma suka aja, kalo menang ya horee..

### **Iya soalnya kan banyak orang yang nyinyir kenapa sih klub luar negeri kok didukung kenapa sih lo ga belain bola lokal aja padahal persepakbolaan dalam negeri lagi ga becus... Kalo soal fenomena ini menurut lo gimana?**

Gimana yah? Beritanya tuh kalo luar negeri banyak jadi gw suka aja intens banget pokoknya. Gw liat sepak bola luar negeri tuh selalu ada beritanya di TV gw suka aja. Dari pertandingannya udah rapi, susunannya, turnamennya, liganya, terus saat kompetisi mereka di Liga Champions. Gw lebih intens ke situ, kalo dalam negeri kan itu baru di sini-sini doang ga sampe AFC ato apalah klub lokal yang main ke luar jadi gw suka dari itu aja sih. Lagian beda banget kan negeri ama luar negeri tuh beda banget jadi gw lebih intens ke luar negeri aja apalagi tentang Liga Italia. Soal rumor, transfer talk..

**Jadi lo liat pemberitaannya aja agak males ya liat sepak bola dalam negeri?**

Indonesia juga pemainnya aja gw jarang yang tau. Pokoknya yang ada di timnas gw tau tapi di luar itu gw ga tau..



### **Informan 3: Yogi**

#### **Sejak kapan lo menyukai klub Juventus dan menjadi seorang Juventini?**

Gw kenal Juventus pertama kali pas saat Del Piero golin ke gawang Reggina pada tahun '95, itu setelah dia diganti oleh Roberto Baggio, itu juga gw gak ngerti bola banget tapi karena emang kakak sepupu gw gila bola dan kebetulan dia sebenarnya bukan gila bola Juventus tapi gila Fiorentina. Terus gw mengenal liga Italia karena RCTI juga kan ya, RCTI sangat gaungnya besar juga tentang liga Itali yang tidak seperti liga Inggris sekarang kan ababil gitu kan. Jadi gw pikir okelah liga Itali hampir sama dengan liga Indonesia, permainannya, tekniknya, selawnya terus pertahanannya, mungkin menurut gw ya lebih kena aja liga Itali di Indonesia.

#### **Kalau yang tadi lo bilang ababil Liga Inggris tuh maksudnya gimana tuh?**

Hmm.. gini bro liga inggris kan masuk ke Indonesia baru tahun 2000 ke atas nih bro, ya rata-rata penggemarnya ababil, ya yang baru tau tentang bola, ngertinya tentang bola, yang taunya *kick and rush*, yang menurut gw sepakbola yang sangat membosankan. Dapet bola dibuang ke depan, dapet bola dibuang ke depan, kapan mainnya bro ya kan, kalo menurut gw sih seperti itu. Trus mungkin dari tim-tim besar seperti West Ham gw sangat salut, terus Milwall, supporter-supporter yang menurut gw udah sesepuh disana, Liverpool gw juga respek sama dia walaupun itu musuh kita juga gitu loh. Tapi gw respek 3 klub itu, untuk di luar negri ya di luar Italia seperti Inggris, tapi ya selebihnya ya ababil.. mau MU mau apa ya ababil semua

#### **Alasan lo td suka Juve seperti tadi Del Piero, setelah lo udah kenal Del Piero, lo pasti akan jadi lebih suka lagi kan sama Juventus, itu apa alesannya?**

Gw punya hmm.. apa ya.. Juventus tuh beda dari klub-klub lain yang gw liat. Lo pertama liat Juventus itu udah pasti suka ga mungkin ngga kalo lo tau bola. Pertama lo pasti suka, ini loh Juventus. Pertandingan kedua lo pengen nonton Juventus lagi, oh ini loh Juventus. Dan yang ketiga, oh begini loh Juventus spiritonya yang pantang menyerahnya terus sehingga kalo kita nonton Juventus enak aja, dari lini ke lininya enak. Terus cara formasi-formasi, allenatorenya juga menurut gw keren-keren dari pertama-pertama emang keren-keren gw akuin. Terus loyalitas daripada pemainnya itu sendiri. Lo liat King Alex kan dari dulu sampe degradasi pun masih tetep berada gitu loh. Berbeda kaya Cannavaro tuh lo liat penghianat ya kan menurut gw salah satu pengkhianat tarus ya Zambrotta, merda juga tuh dulu dia. Yaa enak aja

ngeliat Juventus, *lo spirito*, magicnya saat kita nonton Juventus lo ga bakal ganti chanel lain gw yakin lo ga bakal ganti channel lain.

### **Arti Juventus buat lo?**

Kalau gw bilang nih Juventus tuh agama kedua gw kali ya setelah Islam. Kalo menurut gw agama kedua gw selain Islam. Lo kalo berangkat haji nomor satu okei, lo ga ke Turin sama aja lo ga berangkat haji bro. Lo cinta agama lo, maka lo juga akan cinta sama Juventus.

### **Asiik..ada lg?**

Yaaa.. pacar pertama gw kali bro. Pacar pertama gw deh itu

### **Lo udh pny pcr blm?**

Udah

### **Pacar lo sm juve mendingan pilih mana?**

Yaa..kalau misalnya ada malem pas Juventus ya.. sorry hari ini milik Juventus ya kan. Kalau disuruh milih gw juga pasti milih Juventus lah karena gw lebih lama kenal Juventus daripada dia gitu

### **Udah pernah ngelakuin apa aja buat Juve?**

Yang gw pernah gw lakuin sih memperkenalkan Juve kali ya. Memperkenalkan Juve pada temen-temen gw bahwa ini loh tim yang menurut gw hebat, ya hebat dari ga segala dari tittlenya aja tapi punya pemain yang punya loyalitas tinggi, klub yg satu-satunya lo tuh pada tahun sekitar 1970-an itu sangat berperan besar terhadap gempa besar yang terjadi di Itali. Nah semenjak saat itu banyak juventini-juventini bertimbul-timbulan ya dari Lecce, Florence, daerah Fioren, kan kita kan hanya perbatasan gunung yak kaya seperti Cianjur dan Bogor gitu, Florence dan Turin. Ya menurut gw itulah hebatnya Juventus dan itulah hebatnya yang punya Juventus gitu.

### **Kalo kaya lo nonton bareng udah pasti ya, jersey gimana jersey lo punya ga?**

Jersey gw ori ada, kemaren kebetulan baru beli gw, TU yg hitam asli Itali ada gw beli 720 yang tahun 2002-2003

### **Ceritain pengalaman unik lo sama Juve?**

Hmm.. gw pertama kali nobar pertama kali gw tahun 2000 berapa yaa.. 2002 gw kenal nobar itu sama JFCI (Juventus Fans Club Indonesia) itu dikenalin sama sepupu gw si Rangga, walaupun sebenarnya dia merda juga kan di Milan tapi dia gak tau di situ ada milanisti, 2003 itu ada JFCI (Juventus Fans Club Indonesia) dia lebih condong ke daerah anak-anak Tangerang Selatan dan gw juga kalo nongkrong di sana di daerah Bintaro terus Bintaro ujung sektor 9, sektor 7, Jurangmangu lebih tepatnya, terus semenjak mba Wiwi berangkat ke Itali ga balik-balik lagi sempet vakum juga tuh kita tuh, sempet vakum JFCI, bubar, jarang ketemu-ketemu lagi, 2006 gw dapet kabar ada pecahan yang buat nama Juventus Club Indonesia (JCI) nah gw mulai respek tuh terhadap mereka nongkrong di bang Hoody, nongkrong di Kemang dulu yang akhirnya lama-lama di Vidi homebase pusat kita yang berawal dari baru ratusan mungkin kali ya sekarang sampe sekitar 14 ribuan lebih ya member 26 ribu kalo gak salah sekarang terakhir

**Berarti lo tuh dari pertama banget ya udah di JCI ya?**

Yaa di JFCI gw angkatan kelima kalo gak salah deh di JCI 2003 terus di JCI gw hanya suka-suka aja cuma nobar, gw gak pernah koordinir anak-anak dan gw tergugahnya tuh gara-gara anak-anak Depok banyak juga gitu loh terus gw diajak ma kiki “Kita ada komunitas loh chapter Depok gitu hanya beberapa orang.” Nah gw pertama masuk ngikut sebentar ditunjuk jadi divisi nobar dan sampai sekaranglah, hampir sekitar 3 tahun dari cuma awalnya 6 orang di Depok hingga ratusan orang, terakhir yang punya membership 312 kalau gak salah. Depok 312, dari awalnya 6 orang

**Tadi berarti yang melatarbelakangi lo buat masuk ke JCI itu ya karena sering nongkrong?**

Iya dulu kopdar-kopdar, terus ngomongin perkembangan Juventus...

**Pendapat lo tentang JCI itu sendiri gimana, dilihatnya sebagai member?**

Okei.. JCI tuh menurut gw organisasi besar ya, organisasi yang sangat-sangat besar yang harusnya lebih... sangat professional harus dikelola dengan professional karena menurut gw itu ladang bisnis juga, bisnis untuk membership. Membership itu perputaran uangnya cukup besar menurut gw di Juventus Club Indonesia karena kan sekitar Indonesia kan semua ya full, sayang banget kalau misalnya di bawahnya manajemen-manajemennya hanya mementingkan materi. Satu intinya terbentuk Juventus Club Indonesia itu kan dari rasa kita suka, rasa suka terhadap Juventus, kedekatan emosional, intinya membangun kedekatan emosional bukan

mencari nafkah kali yak kalau kita liat lebih parah lagi mencari nafkah dan sekarang terlihat seperti itu di Juventus Club Indonesia. Tapi kalau menurut gw dengan kebijakannya om Koko memberikan anak-anak baru untuk menjadi kepengurusan itu cukup bijak tapi tolong yang lama-lama jangan ninggalin. Tapi menurut gw JCI tuh organisasi besar kalau bisa di Indonesia seperti KNPI lah klo menurut gw yaa KNPI cukup besar juga organisasi itu, sama lah menurut gw

**Berarti yang tadi udah lo lakuin apa tadi tuh, udah jadi divisi nobar kan, selain jadi divisi nobar apalagi?**

Sampe sekarang terakhir divisi nobar

**Nggak, aktivitas aja maksudnya..**

Hmm.. paling kopdar, kongkow-kongkow, terus trakhir bikin baksos (bakti sosial)

**Ketika lo kongkow dan kopdar itu yang lo bicarakan sesama Juventini itu kira-kira apa?**

Perkembangan tim, pasti Juventus dan pastilah ya ada lah sekitar 10 persennya ceritain merda-merda pasti ada lah. Pasti ada ya kan kita menghina English-english animal gitu pasti ada tapi intinya gimana Juventus Club Indonesia di Depok itu lebih maju, lebih dikenal masyarakat, dan lebih berbaur kepada fans-fans klub yang ada di Depok, kan kita banyak juga nih fans klub dan gw denger sih Depok, chapter Depok JCI-nya cukup disegani juga sama chapter lain gitu katanya. Itu kata mereka dan gw sih respect juga terhadap Milanisti basis Depok ya, Mabok ya dia juga respect terhadap kita Romanisti respect terhadap kita mungkin hanya beberapa fans klub yang respect terhadap kita ya

**Inter?**

Gw sih welcome, gw welcome sebenarnya sama anak Inter Depok ya menurut gw ya okelah kalo untuk kopdar-kopdar ya okelah, asal jangan ngomongin yang lebih nyerempet-nyerempet tim yang lain demi perkembangan organisasi masing-masing ya silahkan menurut gw welcome-welcome aja, ya intinya jangan saling mengganggu aja, lo jual ya kita borong gitu aja intinya

**Kalo tadi lo mengenal istilah merda, kalau menurut lo merda itu apa sih?**

Kotoran

### **Itu lo dapet kata itu darimana?**

Gw dapet dari bang Jeje, bang Jeje itu dulu pengurus pusat sekjen pusat, wakil kedua juga pernah juga JCI pusat. Gw kenal, apa sih merda, gw pernah tau pas karena dia ngatain anak Laziale pake baju Lazio tapi jaketnya jaket Inter, merdaaa...Gw tanya “bang, merda apaan sih bang?” “tai”, dia bilang gitu, “kotoran”. “ooh..okei” gw bilang gitu. Itulah merda, makanya kalau misalnya gw ngeliat Inter sama Roma sinyal gw kuat bro, sinyal Indosat gw kuat ya kan

### **Lo ama Roma agak-agak gini juga?**

Kalau kita sih sebenarnya sama Roma respek, sangat respek

### **Nggak kan tadi lo bilang “sinyal gw kuat kalau ama Inter sama Roma”...**

Iya kalau ngeliat Inter sama Milan sinyal gw kuat. Ya kalau Roma sih kalau menurut gw karena memang rata-rata anak Roma ya menurut gw ababil ya cukup ababil tapi lebih ababilan Inter gitu loh yang sok-sokan ya treble winner lah yang kemaren katanya dateng ke Indonesia ya, itu sebenarnya dia pengen daftar Liga Indonesia karena kan dia kan susah bro 30 scudetto di Itali susah, di Liga Indonesia mungkin dia bisa gitu, makanya daftar dia dateng kesini bro. Gw pernah dicengin masalah tentang Juve kenapa sih Inter yang diundang, kenapa gak Juve tim besar. Ya gila lo bro gak mudah kali bro ngedatengin klub yang dengan scudetto 30 ya kan, susah juga

### **Lebih mahal lagi**

Sangat mahal bro

### **Yang udah lo dapetin selama bergabung di JCI?**

Persaudaraan, kalau menurut gw kekayaan terbesar itu bukan uang tapi persaudaraan. Gw dijamu saat gw ke Malang, gw dijamu saat gw ke Semarang, gw dijamu sama anak JCI Semarang, pas saat pun gw lagi memakai baju Depok Mania saat gw tur ke Solo itu pun gw dijamu dengan JCI Solo, karena gw memakai syal, syal JCI. Itu hebatnya mereka, persaudaraan mereka

### **Menurut lo Juventini itu sebagai anggota JCI ya itu harus seperti apa sih, ketika lo jadi member nih lo Juventini gw jadi anggota JCI gw harus seperti apa?**

Okei.. Gini bro ya satu dia harus paham tentang Juventus Club Indonesia, kenapa dibentuk Juventus Club Indonesia, itu untuk persaudaraan dan menurut gw JCI adalah bukan hanya sekedar suporter, kita tuh keluarga besar gitu loh gak hanya sekedar suporter. Just not a supporter but we are big family, ya intinya kalau semakin kita mengenal Juventus Club Indonesia semakin lo tau, semakin lo kenal temen-temen lo, semakin lo tau mengenal Juventus lebih dalam, dan kalau misal lo perang-perang di dunia maya lo gak malu-maluin anak Juventini jaga karena lo taunya setengah-setengah gitu loh bro. Ya lo bisa kerja di sana juga, kaya lo kerja temen lo ga kerja, lo ngajak tmn lo kalau sesama Juventini berarti kan kita lebih respek gitu loh bro

**Kalo untuk fans sebagai Juventini sendiri menurut lo seorang Juventini tuh harus gimana sih kepada Juventus itu sendiri?**

Okei gini aja okei.. memang Juventus jauh bro di Itali, Juventus jauh di Itali kita di Indonesia terus ada orang bilang ngapain sih lo nobar, yang main di Itali, lo di Indonesia ngapain sih nobar. Satu bro kalau lo semakin banyak lo ngumpul semakin banyak lo teriak-teriak spiritnya Itali, spiritnya Juve tuh bener-bener keliatan dan media kita harus berterima kasih pada media bahwa Juventini Indonesia adalah kedua terbesar setelah Italia. Ya.. pemain mendengar bahwa di Indonesia, di Cina, dimana, di Singapura, di mana, semakin banyak pendukungnya semakin mental lo semakin naik lah bro, spiritnya semakin beda, itulah lo spirito Juvenya. Nobar kalau menurut gw pertama

**Kalau masalah loyalitas gimana kan ada Juventini cerita ketika timnya kalah dicaci maki, ketika menang disanjung-sanjung, menurut lo orang-orang juventini-juventini kaya gitu tuh menurut lo gimana, padahal kan dia Juventini juga kan?**

Gini bro, kita balikin ke personality masing-masing ya. Rata-rata yang bersifat keras itu yang ngakunya ultras yang dibilangnya solid, Drughi lah ya kan, solid Drughi lah ya tai bengek yaa...mereka-mereka itu dibilang ngakunya keras, kemarin terakhir ngata-ngatain si Boriello lah dan macem-macam di twitter, setelah kita samperin juga lebih menurut gw ya dia berani cuma di dunia maya aja dan menurut gw, lo salah banget kalau menurut gw pemain adalah dewa lo. 11 tim, 11 pemain itu yang di lapangan itu dewa lo, sejelek-jeleknya pun itu dewa lo harus disanjung lah, boleh ngasih kritikan tapi jangan kritikan pedes, misalnya contoh harusnya Bori umpan dong jangan bawa sendiri, gak yang Bori goblok, ini goblok, emang lo bisa main bola, kalau lo bisa lo pasti dipilih. Dan gak ada kali pelatih yang mau ngambil pemain goblok ya nggak ada lah, apalagi pelatih-pelatih sekelas Juve dia kan tau lah

kapasitas pemain-pemain Juve. Ya mungkin timingnya ga pas, trus emang mungkin dia juga lg staminanya ga bagus, yaa fine-fine aja lah, mereka juga manusia bro. Kaya sekelas Buffon, Buffon...,Buffon superman ya kan, yang selalu bla bla bla, superman juga manusia bro ya kan. Bego aja sih menurut gw, satu kata bego aja gitu. Lo suka Juve lo ngehina-hina Juve, bego. Agama lo, maksudnya agama lo misalnya Kristen lo ngatain agama lo, bego, murtad lo, lo bukan Juventini, lo murtad gw bilang, sama aja lo keluar dari Juventus, sama aja lo bukan penggemar Juventus.

### **Di bagian mana pun seorang fans tetep harus nerima, timnya kaya apa juga harus..**

Harus nerima laah.. Boleh kita mengkritik tapi jangan tajam lah

### **Jangan mencaci**

Iya, setidaknya coba lo di posisikan di pemain itu sendiri belum tentu bisa gitu loh bro

### **Ada ga perbedaan ketika lo sebagai Juventini sebelum masuk JCI dan sesudah, mungkin ketika lo masuk wah gw lebih merasa Juventini sejati nih atau apa lah itu?**

Ya..menurut gw untuk menjadi seorang Juventini sejati tuh gak harus masuk organisasi kali ya. Itu dibalikin kepada diri lo sendiri walaupun lo lama di JCI tapi cuma yang nobar, oh iya.. pulang, terus lagi nobar ngetweet, lo ngapain bro? update bro ya kan.. oh lo mau ini apa mau nobar gw bilang gitu kan kadang-kadang gw berpikir aneh juga nih, ya sebenarnya okelah maksud gw semakin masuk ke JCI semakin lebih lebih gila lagi tapi gak pro pro begitu banget lah bro. Lo masuk ke JCI temen lo tambah banyak, lo lebih tau tentang Juventus, kekeluargaan lebih rekat, ya kan. Ya gak munafik lah lo dagang dipermudah ya kan, lo dagang apapun bro yang gak berhubungan dengan Juventus juga pasti dibantu ama anak-anak. Dan satu kalo temen bro semakin banyak, salah aja kita bantuin bro apalagi bener gitu loh bro. Persahabatan sih bro menurut gw bro masuk JCI.

### **Lo ada klub lain gak yang lo suka selain Juventus?**

Dulu gw respek ke Liverpool ya dari tahun 2001, tapi semenjak gw lebih mengenal Juventus bahwa tragedi Heysel-Heysel-Heysel yang selalu di cocor-cocorin ke gw ya gw sedikit malah berbalik benci gw terhadap Liverpool gitu loh. Tapi gw ya respek terhadap Liverpool, respek sedikit respek

### **Kalo klub lokal?**

Kebetulan gw ketua supporter Depok ya, gw Persikad Depok. Kebetulan gw ketua supporternya ya okelah gw Persikad lah, Persikad ampe mati lah, kalo untuk klub lokal

**Nah, itu antara Juventus sama Persikad gimana tuh persaingan dalam diri lo?**

Okei, gini bro kalo menurut gw Persikad itu karena gw tinggal di Depok mau gak mau gw harus cinta Depok. Gw tinggal di Depok walaupun gw lahir di Bandung, di mana, gw tinggal di Depok, gw lebih mengenal Persikad Depok, pasti gw dukung Persikad Depok. Kalo Juventus bro itu panggilan jiwa bro, gitu, panggilan jiwa.

**kira-kira lo bisa sedikit menjelaskan gak beda antara fans dan supporter karena lo kan ketua supporter?**

Gini bro, kalo menurut gw fans sebenarnya fans itu rata-rata yang datang ke stadion cuma nonton, diem, ya mencaci maki kalo pemainnya kesalahan terus berteriak-teriak gak jelas, okelah itulah penonton, fans. Tapi kalo menurut gw supporter lo datang dari rumah dengan semangat lo, dengan teriak-teriak lo, nyampe ke stadion lo pasti gak full nonton 100% pertandingan, lebih menyatunya lo datang, lo teriak-teriak, lo memberi support, the winner.

**Kalo misalnya lo sendiri di JCI, lo sering ikut yel-yel segala macem atau ketika nobar lo cuma diem aja?**

Yaaa kebetulan Cori bro. Kalo menurut gw lo nobar, diem, nonton doang, sama aja bro nonton di rumah kalo menurut gw. Yaa kaya misalnya lo lagi pacaran sama cewek lo nih kan, ceritanya kita Juventus kita pacaran nih tapi lo gak ngomong, lo gak ngapa-ngapain, lo ngeliat, lo giniin terus lo berpikiran kemana-mana yaa BT juga lah, gw gak pengen Juventus gw BT, gw pengen Juventus gw tetep *all out*. Yaa walaupun gw jauh di Indonesia tetep support gw tetep ada gitu loh.

**Selalu pakai atribut Juve pas nobar?**

Ya pastilah.. Atribut Juve pasti selalu gw pake ketika nobar. Apapun itu, mulai dari kaos sampe syal.

**Hmmm... apalagi ya**

Pokoknya intinya gini aja bro menjadi seorang Juventini nih bro ya menurut gw, Juventini adalah bukan gaya hidup gw tapi pilihan hidup gw. Gw menjadi seorang Juventini tuh bukan gaya hidup, tapi pilihan hidup, beda dengan banci-bancilona, terus kaya Madrid-Madrid gak

jelas, terus ya Chelshit, tuh gak jelas, itu kan rata-rata kan ya pas berjaya okelah ya lo ababil ya kan, lo gaya hidup. Gaya hidup lo pake jersey ini jersey Chelsea nih, kemarin menang Champions, itu gaya hidup bro. Kalo menurut gw pilihan hidup gw seorang Juventini, mau Juventus main di liga serie C1, C2, selagi masih bisa streaming gw nobar.

**Gak karbitan gitu loh ya, kaya lo tadi bilang Barcelona, Madrid, tadi kan lo lebih melihat bahwa mereka agak sedikit karbitan lah ya**

Iya lah bro. Ya lo liat dari kualitas liganya aja bro, liga 2 klub dibandingkan dengan liga yang 18 klub kan beda bro. Liga 2 klub hanya Barcelona dan Madrid yang menang, kalo liga Itali semua bisa menang bro, gak hanya Juventus semua bisa menang ya kan, lebih tinggi tensinya

**Kalo tadi kita bicara soal baju segala macam, ketika lo di lingkungan luar ketika lo di luar JCI apakah lo tetep menunjukkan diri lo sebagai Juventini atau gak?**

Okei, gw setiap hari Jum'at wajib make batik Juventus udah mulai sekitar 6 bulanan

**Ke kantor?**

Ke kantor

**Berarti itu mulu batiknya, apa lo punya lagi?**

Ya gw ada beberapa batik yang menunjukkan bahwa gw nih Juventus, gw nih Juventini gitu loh. Terus sesaat gw lagi main futsal dengan temen-temen juga gw selalu memakai baju Juventus. Gw nongkrong terkadang gw make jersey Juventus, all about Juventus..

#### **Informan 4: Labib**

##### **Sejak kapan lo menyukai Juventus dan menjadi seorang Juventini?**

Gw pertama kali menyukai Juventus tuh tahun 2000-2001 dan setelah tahun itu gw baru menjadi Juventini. Pas 2000-2001 itu gw udah suka Juventus.

##### **Apa alasan lo menyukai Juventus**

Pertama kali gw suka Juve dulu kan kita tahu Liga Italia ratingnya sedang bagus-bagusnya sekitar tahun segitu, yang gw suka dari Juventus itu secara permainan juve menggambarkan Italia pada zaman dahulu yaitu pertahanan grendel, catenaccio secara permainan. Pemain-pemainnya itu pemain mental juara yang banyak gw sukain dari macam 2000-2001 Alessandro Del Piero, Filippo Inzaghi, atau macam Antonio Conte dan Zinedine Zidane.

##### **Ada alasan lain lagi?**

Ya selain itu mungkin karena melihat prestasi juga dari Juve. Waktu itu yang gw tau, yang gw baca sebelum tahun segitu Juve disebut-sebut sebagai raja Eropa masuk tiga kali final Liga Champions walaupun Cuma juara satu kali dan final Piala UEFA kalo ga salah.

##### **Apa arti Juve buat elo?**

Juventus menurut gw banyak arti lah bang. Kalo kata orang Italia, *Dopo la madre amo solo la Juve*. Artinya setelah Ibu saya, saya hanya mencintai Juventus. Jadi, gw mungkin Juventus tuh udah kaya pacar. Kan kita tahu Juventus ada julukan La Fidanzata itu sang kekasih mungkin kita bisa menyebutnya itu sebagai pasangan hidup kita juga. Walaupun secara raga kita ga memilikinya tapi secara jiwa kita memilikinya.

##### **Lo punya pacar?**

Udah putus bang. Hehe.. lagi nyari nih bang.

##### **Dulu pas sama cewe lo, pilih mana Juve atau pacar?**

Jujur, cewe gw pernah SMS gw waktu masih jadian, bib, sebenarnya pacar kamu itu aku atau Juventus sih? trus gw jawab aja bang 55 persen pacar aku Juventus sisanya baru kamu.. hahaha.. aduh makanya sejak saat itu agak-agak.... yah daripada bohong bang...

##### **Apa yang lo banggain menjadi seorang Juventini?**

Yang gw bangga ya, gw sebagai Juventini gw punya rasa bangga karena gw ngedukung Juventus dari mereka yang gw kenal pertama kali mereka tim hebat trus sempet mereka turun ke divisi bawah dan mereka naik lagi gw selalu ada di samping mereka ngedukung mereka. Walaupun gw kena caci maki, dicerca, walaupun Juventus saat itu prestasinya lagi kering lagi seret gw tetep dan gw bangga menjadi Juventini karena gw selalu ngedukung Juventus di setiap pertandingan mereka. Ga pernah gw sempet berpikir pindah ke lain klub itu gw ga pernah terbersit di pikiran gw..

### **Apa yang udah pernah lo lakuin buat Juve?**

Jadi sebelum-sebelumnya gw baru ikut nobar dua taun terakhir doang bang. Jadi menurut gw karena Juve jauh di sana gw selalu mendukung Juve di setiap pertandingan Juve baik itu malem hari ato pagi hari sekalipun main di mana gw selalu loyal ngedukung Juve, selalu update berita-berita Juve, ngebaca blog-blog Juve walaupun gw udh tau sebenarnya beritanya tentang ini nih. Tapi di blog lain gw baca juga walopun gw tau beritanya sama. Selain itu ya yang udh gw lakuin buat Juve, ya kurang lebih sih ngedukung ikut nonton bareng mau Juve main kapanpun.

### **Lo punya jersey?**

Punya setiap musim. Gw punya satu yang ORI.

### **Syal?**

Syal ada.

### **Barang-barang apa lagi yang lo punya?**

Pertama kali gw punya ttg Juve itu gelas. Gelas gambarnya Inzaghi Del Piero sama Zidane terus abis itu gw punya baju Juve dari tahun 2001 sampe 2012 selalu gw beli, yang asli waktu itu lagi make sponsor Fastweb. Kebetulan kakak gw lagi bulan madu ke Italia dan gw dibeliin baju Juve. Syal gw punya, kaos supporter, sampe kaos kaki Juventus juga gw punya yang musim ini.

### **Pengalaman unik apa aja yang pernah lo alamin soal Juve?**

Ow.. pengalaman unik sih hmm.. pengalaman unik sih sebenarnya banyak tapi yang unik itu ya pokoknya... kaya nobar di pagi hari itu masuk pengalaman unik. Jadi kalo nobar pagi-pagi kan karena gw masih kuliah ya, kuliah gw jam 8, jadi gw pasti... di kampus gw itu punya

tradisi kalo timnya menang pasti hari itu dipake lah jersey tim. Jadi pengalaman unik gw setiap Juve menang ato kalah, alhamdulillah sih ga kalah, menang atau seri gw selalu pake jersey Juve. Dan gw selalu punya tradisi pengalaman-pengalaman gw kemaren setiap satu minggu tiga kali pake baju atau sweater yang berbau dengan Juventus.

**Kalo misal Juve juara, pernah nangis atau segala macam gitu? Atau kalo kalah misalnya...**

Kalo kalah perasaan galau pasti timbul ya. itu wajar tapi gw ga pernah sejujurnya gw ga pernah mencaci maki wah Juve bodoh nih, pemain ini goblok, gw ga pernah mencaci karena gw tau seperti yang gw bilang pemain yang kita dukung siapapun itu harus kita dukung walopun kalah gw tetep dukung Juve. Kalah mah wajar tapi ke depannya tetep dukung Juve. Kalo nangis yang sedih yang lo bilang tahun ini setelah sekian lama terjerat masalah dan kering prestasi trus juara itu rasanya beda aja. Gw bisa melupakan rasa emosi gw, seneng, sedih, campur aduk jadi satu.

**Sejak kapan lo bergabung dengan JCI?**

Sebenarnya dari dulu gw pengen gabung JCI. Gw akhirnya masuk 2010 eh 2011.

**Dari mana lo mengenal JCI?**

Pertama kali gw kenal JCI jelas dari internet. Karena temen-temen sebaya gw jarang ya yang ikut organisasi dan mencintai Juventus jadi gw kurang informasi. Tapi iseng-iseng waktu itu ada satu temen gw dia bilang katanya juventus itu punya web pribadi dan suka ngadain nonton bareng. Gw cari lah, googling ternyata mereka ada web itu dan markasnya di Vidi Arena. Gw nobar pertama kali di vidi arena waktu itu Cesena lawan Juventus seri 2-2, itu sekitar 2010, pokoknya musim lalu lah. Kalo musim ini gw dari pekan pertama udah nobar bareng JCI.

**Yang melatarbelakangi lo buat masuk?**

Sebagian besar... sebenarnya satu, gw ngeliat dari temen-temen gw juga mungkin dia pendukung tim lain kaya tim Liga Spanyol, Liga Inggris, mereka selalu bilang, “woi bib, lo udh jadi pendukung resmi tim ini belum, gw punya ID Card ini, gw punya ID Card ini,” waktu itu gw emang ngerasa sebagai Juventini gw udah loyal banget ngedukung Juve, tapi kayanya ada yang kurang aja di diri gw makanya faktor.. hmm.. kalo misalnya gw masuk ke

JCI gw merasa lebih resmi dan lebih ada rasa simpati yang lebih dan respek yang lebih terhadap Juventus. Jadi gw memutuskan untuk masuk Juventus Club Indonesia atau JCI.

### **Pendapat lo tentang JCI?**

Menurut gw pendapat tentang JCI Indonesia ya bagus, baik. Secara penyampaian, secara persuade, mengajak seluruh Juventini, caranya mereka bagus, pengiklanan diri mereka juga bagus trus tempat mereka juga layak untuk dijadikan tempat nobar, banyak faktor. Kurangnya mereka ya namanya ada kelebihan ya ga mungkin ga ada kekurangan. Memang mereka udah bagus tempatnya di tengah-tengah kota di Pancoran yang dekat dari manapun sehingga chapter daerah itu bisa nonton di pusat tapi harga tiket masuknya dari JCI itu yang terlalu mahal. Kalo yang bagi simpatisan ya, kalo yang punya member kan 10 ribu bisa terjangkau.

### **Pengalaman sama JCI Depok gimana?**

Pengalaman nobar pertama kali gw di Depok. Ngerasa satu wilayah yang sama, jadi gw udah loyal dan ternyata pilihan gw ga salah karena anak-anaknya cukup satu pemikiran dan satu pandangan ke depannya visionernya tuh sama kaya gw ke depannya. Satu tujuan untuk membangun komunitas yang bagus dan akhirnya ke depannya bisa dikembangkan dengan baik dan banyak Juvetini-Juventini yang tadinya, ah gw cuma Juventini doang ah, akhirnya dia mau masuk ikut Juventus Club Indonesia daripada mereka nonton di TV ya mereka nonton bareng Juve.

### **Apa aja yang udah lo lakukan bersama JCI?**

Aktivitas ya? kebanyakan gw lakuin sama JCI chapter Depok ya bang. Yang pasti pertama kita nonton bareng, kita ngedukung Juventus secara spirit, semangat, kita dukung Juventus ga pernah kita putus semangat ngedukung Juventus walopun itu hasilnya kurang baik yang kita tahu dari kemaren kan Juventus dua-tiga musim lalu sempet paceklik juara malah paceklik kemenangan. Tapi hingga sekarang yang pasti kita tetep nobar, kopdar, nah kopdar itu maksudnya ngebangun agar JCI ke depannya lebih maju dan banyak Juventini-Juventini yang tadinya ga tau ada komunitas yang gw rasa sebaik ini. Jadi bisa ngikut gabung tertarik sebenarnya pertama tertarik hingga akhirnya gabung-gabung-gabung dia bikin member dia bisa jadi pengurus akhirnya. Sebenarnya ga jadi member juga, jadi pengurus juga langsung bisa. Terus ngebangun komunitas ini jadi lebih baik ke depannya.

### **Ketika lo nobar, lo diem cuman sekadar nonton atau ikut nyanyi?**

Sebenarnya sih kalo lagi nobar kaya gitu gw nonton. Tapi karena kita nobar nontonnya di TV sekalian nyanyi apalagi ada Corinya jadi kita nobar sekalian nyanyi. Ga kaya, ya paling yang nobar tuh dua baris di depan. Sisanya tu kaya nonton biasa. Sama aja kaya nonton di rumah. Yang tadinya gw ga tau cori-cori Juventus, akhirnya gw tau, gw download, gw minta teksnya, akhirnya gw sedikit demi sedikit gw punya corinya gw hapal sedikit demi sedikit jadi bisa ikut memberikan suport kepada Juventus.

### **Dan itu lo selalu pake baju Juve?**

Ga mesti pake jersey sih bang. Tapi terkadang kaos gitu-gitu. Eh iya maksudnya atribut ya.. iya itu udah pasti. Kaya syal, bahkan sampe sweater juga gw kegerahan juga tetep gw pake.

### **Seberapa sering lo berkumpul atau beraktivitas bersama JCI?**

Sering berkumpul? Hmm... kita paling seminggu waktu kemaren ya seminggu sekali Juventus main.

Itu mau Juventus mainnya siang hari, malem hari, ataupun dinihari, itu tuh Insya Allah pasti gw sempatkan buat nonton bareng.

Selain itu pasti ada kopdar nih. Biasanya kan ada divisi yang ngejarkom, kita kopdar yuk nongkrong-nongkrong aja yuk, ngobrolin apa, ngomongin apa seenggaknya ke depannya kita selain tentang nonton bareng kita punya pemikiran-pemikiran lain ngomongin hal-hal yang berbau positif pastinya.

### **Yang udah lo dapetin setelah bergabung dengan JCI itu apa?**

yang pasti pertama temen, brotherhood, persaudaraan, tadinya sebelum nobar eh sebelum ikut komunitas ini gw belum kenal gw belum tau anak-anak Depok sebanyak apa sih jadi Juventini. Dan setelah gw ikut nobar ternyata dan

Alhamdulillah gw sekarang udah ikutan ke kepengurusannya jadi gw tau oh ternyata anak Depok banyak yang respek terhadap Juventus banyak yang menyukai Juventus jadi ya yang udah gw dapetin ya temen-temen gw yang tadinya gw ga kenal jadi temenan. Malahan ada yang jadi sahabatan padahal baru kenal karena satu pandangan satu visioner.

### **Menurut lo, Juventini itu harus seperti apa sih?**

Fans Juventus? Kalo pribadi menurut gw karena gw nonton Juventus itu secara visual ga secara langsung, cuman di TV, walopun mereka jauh di sana tapi gw punya semangat ato spirit. Kalo kita bawa-bawa agama kita berdoa buat permainan Juventus baik ke depannya, menghasilkan prestasi, jadi ke depannya Juventus itu menjadi lebih baik lagi. Jadi gunanya fans-nya itu, fans yang baik itu selalu ngedukung dan selalu ada di kala Juventus turun dan di kala Juventus naik. Itu fans yang baik.

### **Kalo fans yang ga baik gimana?**

Kalo fans yang ga baik itu ya contoh-contoh karbitan. Gw pernah mengutip salah satu striker Indonesia pernah ngomong, namanya Ferdinand Sinaga, dia pernah ngutip, “ketika kami kalah kalian boleh mencaci kami tapi kalian jangan bersorak ketika kami menang atau ketika kami juara.” Sebenarnya maksud dari pesan pemain itu gw paham, jadi gw seharusnya sebenarnya fans yang baik itu selalu ada dan selalu ngedukung tim yang disukai ketika tim itu turun atau ketika tim itu berada di puncak kejayaannya.

### **Maksudnya karbitan gimana?**

Gw nganggep fans itu karbitan kalau misalkan mereka mendukung sebuah tim di saat tim itu sedang di atas aja. Jadi gw anggap fans lain beda-beda kebanyakan sih gw anggep mereka karbitan dan ngeselin.

### **Fans mana aja yang menurut lo karbitan?**

Menurut gw Barcelona. Sama pendukung MU yang sekarang-sekarang. Rata-rata yang masih pada baru-baru demen bola. Tapi beda sama fans MU yang emg udah suka sejak lama.

### **Itu elo punya pandangan seperti itu dari dulu atau ketika baru bergabung dengan JCI?**

Sebenarnya gw punya pandangan seperti itu udah dari dulu. Tapi baru gw eksplor baru gw tumpahkan atau gw kembangkan trus gw refleksikan dalam kehidupan sehari-hari setelah gw beranjak dewasa. Padahal waktu gw SMA, mulai SMA gw mulai ikut-ikutan nobar kaya SMA kelas 3 hingga akhirnya bener-bener ikutan nobarnya pas masuk kuliah. Waktu itu kan terbentur waktu juga kalo anak sekolah. Kalo kuliah kan masih bisa dibagi-bagi waktunya. Sebenarnya dari dulu waktu masih pertama kali suka Juventus kelas 3 SD atau 4 SD gw udah punya pandangan kaya gitu. Setelah masuk komunitas pandangan gw yang pasti semakin kuat mencintai Juventus yang baik dan benar itu kaya gimana. Terus mendukung Juventus

yang baik dan benar itu kaya gimana jadi mengembangkan, contohnya kaya mengembangkan komunitas yang gw naungin sekarang yang diwadahi JCI ini gw kaya gimana ke depannya. Gw sendiri juga jadi tau gimana cara berorganisasi yang baik.

### **Kalo makna Juventus buat elo apa?**

Makna Juventus buat gw itu kaya dua sisi mata uang sama jiwa gw. Jadi ke mana jiwa gw pergi Juventus itu pasti selalu ngikut jadi gw pasti, selalu mencintai Juventus layaknya ibu gw mencintai gw.

### **Ada tim lain ga yang lo suka selain Juve?**

Tim yang gw sukain seperti gw mencintai Juventus itu ga ada. Tapi kalo yang cuma suka-suka aja mungkin ada entah itu dari pemainnya atau dari timnya itu sendiri.

### **Apa aja tuh?**

Contoh dulu gw suka sama Everton, Real Sociedad, sama Villarreal.

### **Kenapa lo suka?**

Karena waktu gw tau bola pertama kali mereka lagi bagus-bagusnya. Sama kaya Sunderland gw inget banget strikernya Kevin Phillips.

### **Tapi belakangan udah ga terlalu dong ya?**

Belakangan udah ga terlalu. Paling Cuma suka ikutin kabarnya doang.

### **Kalo untuk klub lokal punya tim favorit ga?**

Kalo klub lokal? Sebenarnya kalo buat klub lokal sama kaya Juventus. Di mana pun mereka bermain gw suka. Siapapun yang main gw suka nonton. Yang ga gw suka Cuma satu doang, Persib Bandung.

### **Kenapa emangnya?**

Ya karena gw emang asli orang Jakarta, tradisi, harus mengikuti tradisi yang ada.

### **Tapi lo bukan anggota The Jak?**

Bukan. Gw pecinta sepak bola Indonesia karena siapapun yang jadi pemain bagus gw tau yang pantas membela tim nasional Indonesia itu siapa.

### **Berarti lo ga punya satu kecintaan klub lokal tertentu?**

Nggak. Makanya banyak baju bola gw berasal dari klub-klub liga Indonesia itu gw banyak banget karena gw suka dari mereka, entah itu pemainnya, entah itu permainannya, ataupun struktur dari klubnya itu sendiri.

### **Untuk menjawab pandangan orang nih ya, banyak orang yang bilang kenapa sih elo dukung klub luar negeri, kenapa ga dukung klub lokal?**

Karena orang pasti melihat pertama prestasi. Prestasi itu pasti orang ngeliat banget prestasi klub dari luar negeri apalagi media-media selalu mengangkat. Coba kaya berbagai media koran. Koran-koran yang gw baca dari pertama gw masih SD itu tuh halaman pertama pasti klub-klub dari luar negeri. Kalo klub-klub lokal itu pasti ditaro di halaman-halaman tengah atau halaman paling belakang. Ya contohlah ada salah satu koran yang berbasis di Pluit dia pasti naro liga Indonesia di halaman 12, 13, dan 14. Sama kaya koran yang berbasis di Jakarta Barat, itu dia naro klub lokal di halaman tengah. Mereka tuh sama aja kalo klub-klub dari luar negeri pasti di halaman depan. Nah makanya banyak yang mencintai klub luar negeri dibandingin klub lokal.

### **Ada ga perbedaan sebelum lo masuk JCI dan sesudah?**

Pasti ada. Kalo sebelum gw masuk JCI, gw ngedukung Juventus itu pasti cuma dari rumah. Gw tereak-tereak sendiri ga punya temen walopun gw bilang ke temen-temen gw, waktu itu gw mungkin masih SMP, gw Juventus gw dukung Juventus tapi gw kok cuman sendirian di rumah cuman pake baju syal Juventus sampe nyokap gw nanya ngapain setiap nonton Juventus pake baju Juventus ga penting banget sih. Sampe nyokap gw bilang gitu. Akhirnya setelah gw masuk JCI, gw bisa merefleksikannya itu ke komunitas ternyata yang komunitas itu bisa ke depannya mereka sama pandangan satu pikiran sama gw. Selain itu saling ngedukung saling bertukar pikiran, punya pertemanan ato tali persaudaraan dengan siapapun yang mencintai Juventus juga.

### **Keluarga lo ada yang suka bola ga?**

Keluarga gw ada yang suka bola. Ada..

### **Siapa?**

Almarhum kakek gw.

### **Ada yang nyekokin lo ga?**

Ooh kalo yang nyekokin gw ada. Itu om gw, om gw itu kalo ga salah pendukungnya AC Milan. nah karena dia pendukungnya AC Milan gw inget banget tahun 2000-2001 dia punya jagoan di AC Milan nomor 7 dari Ukraina. Karena dia suka Milan masa gw sama-sama suka Milan kan. Trus gw jadi mencintai Juventus. Temen gw juga waktu SD itu gw punya temen baik dia ternyata Romanisti jadi gw ga mungkin kan sama juga. Ya udah lah, itu mungkin salah satu faktor lain ya yang membuat gw jadi Juventini.

### **Ketika beraktivitas di JCI lo pasti akan memakai atribut, ketika di luar gimana?**

Gw tuh hmm.. gw kalo kuliah pake bajunya kan bebas asal rapi. Gw tuh seminggu minimal seenggaknya sekali atau dua kali gw pake entah itu jaket Juventus gw, entah itu sweater Juventus gw, entah itu kaos suporter yang berhubungan dengan Juventus gw. Selain itu ya di kendaraan gw, gw tempel-tempelin yang berhubungan dengan Juventus karena ke manapun gw berada pasti Juventus ada di samping gw.

### **Ada ga klub yang lo benci?**

Klub yang gw benci ada pasti. Karena gw pecinta Juventus dan Juventus berbasis di Liga Itali yang gw benci pasti rivalnya Juve kan. Itu seperti Inter Milan, AC Milan, SS Lazio, kalo AS Roma gw ga begitu benci.

### **Itu lo benci dari dulu?**

Iya dari dulu. Kalo AS Roma gw ga bakalan bisa benci karena sahabat karib gw itu seorang Romanisti jadi gw ga bakal bisa benci sekalipun gw suka ngetweet ngatain Roma. Tapi ga separah gw ngepost berita kebencian gw dengan klub dari Milanello dan SS Lazio.

### **Apa sih yang lo benci sebenarnya?**

Karena mungkin rivalitas. Rivalitas dari kedua tim. Misalnya contoh Juventus ketemu Inter Milan yang kita tahu mereka punya di medio 2000-an tepatnya 2006 sehabis Piala Dunia 2006 mereka punya konflik yang kita sebut kasus Calciopoli. Dari kasus Calciopoli sendiri akhirnya yang diuntungkan setelah gw liat-liat pihak Internazionale padahal setelah diselidiki tiga atau empat tahun yang lalu sebenarnya Internazionale punya andil juga dalam kasus tersebut tapi yang gw baca artikel selanjut-selanjutnya karena katanya masalah itu udah ditutup buku istilahnya sudah kadaluarsa jadi kasusnya tidak bisa ditelusurin lebih lanjut lagi.

### **Kalo dari komunitas gimana?**

Oh kalo dari komunitas gw ngga. Karena kita, gw mikir gini loh, gw sama Milan karena Juventus di Itali Milan di Itali juga wajar gw benci. Kalo sama komunitas kan gw misalnya Labib, gw punya senior gw namanya bang Ucok dia pendukung Inter Milan ga mungkin gw benci karena kita sama-sama orang Indonesia jadi kalo sama komunitas gw ga begitu benci. Sama ICI juga, secara personal secara grup gw ga benci tapi kalo adu yel atau adu cori itu biasa kan namanya juga rivalitas dan itu biasa terjadi. Tapi kalo gesekan-gesekan gw ga begitu.

### **Kalo misalnya komunitas itu sendiri memengaruhi lo untuk membenci klub tertentu ngga?**

Nah, ini loh yang selalu bikin gw bertanya-tanya dalam diri gw. Kenapa setiap gw ikut nobar bareng JCI itu rasa benci gw terhadap pemain terhadap klub tersebut itu tensi gw naik. Wah gw benci banget nih sama pendukung Inter Milan, gw benci banget ama pendukung AC Milan, sama pendukung SS Lazio gw benci banget, gw benci banget kalo nobar bareng mereka. Entah itu gw dicekokin, entah itu gw udah dibrainwash istilahnya sama mereka, tapi setelah gw posisiin ga nobar bareng mereka gw biasa-biasa aja sama mereka. Tapi kalo rasa benci ada aja karena mereka lawan kita.

### **Kalo komunitas kira-kira ikut memengaruhi lo sebagai Juventini yang baik atau ngga?**

Oh itu jelas. Saat gw lagi nonton bareng itu tuh secara personal sifat orang kan berbeda-beda. Ada yang baik ngedukung Juventus, ada yang buruk. Tapi kebanyakan dari mereka dan gw udah dewasa jadi gw harus bisa memilih gimana cara ngedukung yang baik dan gimana cara ngedukung yang buruk. Kebanyakan dari mereka gw ambil dari cara ngedukung yang baik. Seperti contohnya, memberikan yel-yel, memberikan cori atau tetep semangat ngedukung Juventus maupun Juventus main kapanpun dan apapun hasil Juventus di pertandingan sebelumnya gw tetep ngedukung Juventus. Walaupun pada dasarnya mungkin gw didoktrin, bib, mereka tuh merda juga, mereka tuh tim merda istilahnya kalo di Itali itu Vaffanculo atau orang Milan bilang Stronzo bahasa Italinya. Namanya gw orang biasa gw kedoktrin maaf ya gw sebut, wah iya SS Lazio merda della capitale, Milanello Vaffanculo della Milanello. Tetep aja gw secara ga sengaja ngomong kaya gitu sama pendukung tim tersebut. Pasti ada pengaruhnya juga.

### **Lo ngerasa sebagai fans atau suporter?**

Gw sebenarnya ga bisa ngebedain antara fans dengan suporter. Tapi yang bisa gw bedain antara fans dengan simpatisan. Kalo simpatisan mereka tuh cuman dateng ke tempat nobar atau contohnya dateng ke stadion mereka duduk cuman ngeliat senyam-senyum bukan tindakan yang menurut gw ga menunjukkan mereka ga mensupport tim yang mereka dukung jadi sama aja bohong sama aja mereka nonton TV aja di rumah. Kalo fans menurut gw mereka nyanyi, mereka tetep ngedukung walopun permainan tim sedang dalam performa yang tidak baik ya. kita jangan ngomongin performa yang bagus dulu, kita ngomongin performa yang tidak baik, di situ kan ketauan siapa fans sejati dan fans yang cuman istilahnya karbitan. Di situ gw bisa bedain mana yang namanya fans mana yang simpatisan. Fans selalu ngedukung contohnya kaya lagi nobar, gw ikutan cori lah, ikutan nyanyi lah, ikutan semangat, joget-joget, dan gw ikut kaya perayaannya. Ato tradisi-tradisi kaya di stadion Juve kan ada nyanyiannya ya namanya Storia di Un Grande Amore ya gw suka nyanyi sampe gw ngapalin lagunya.

