

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika kebudayaan suporter sepak bola di Indonesia menarik untuk dikaji, terkait bagaimana mereka mendukung dan melahirkan pola perilaku fanatisme yang cenderung bersifat obsesif dan konsumtif. Seorang suporter tidak akan meninggalkan stadion sampai pertandingan klub kesayangan mereka usai. Gairah yang diciptakan di stadion sepanjang berjalannya pertandingan selama 2 x 45 menit menumbuhkan harapan-harapan para suporter bahwa di dalam setiap pertandingan harus meraih kemenangan demi kemenangan bahkan menjadi juara. Jika klub kesayangan mereka menelan kekalahan maka mereka akan kecewa dan melakukan protes kepada pihak klub atas hasil kerja mereka yang tidak maksimal. Sikap dan perilaku tersebut yang akan melahirkan paham atau keyakinan yang bersifat fanatis (Assyaumin dkk, 2017: 43).

Saat ini hampir semua klub di Indonesia sudah memiliki suporter dengan nama-nama khas mereka sendiri, misalnya The Jakmania suporter Persija Jakarta, Brigata Curva Sud suporter PSS Sleman, Pasoepati dan Surakartans suporter Persib Solo, dan sebagainya. Mayoritas anggota kelompok suporter di Indonesia berasal dari kota yang sama dengan tempat klub tersebut didirikan atau juga dengan *homebase* klub kebanggaan mereka bertanding, misalnya mayoritas anggota kelompok suporter Pasoepati dan Surakartans adalah orang Surakarta dan sekitarnya karena memiliki *homebase* di Stadion Manahan Kota Surakarta dan berdiri di Kota Surakarta. Mendukung klub kota kelahiran menjadi salah satu faktor pendorong mengapa para suporter selalu hadir di stadion baik kandang maupun tandang. Loyalitas mereka terbentuk atas dasar kebanggaan mereka terhadap klub kota kelahiran mereka. Menurut Su'udi (2006: 94) mengatakan bahwa setiap klub pasti mempunyai pendukung yang fanatik karena adanya sebuah ikatan kedaerahan, keluarga, golongan atau simpatik dengan pemainnya.

Salah satu klub sepak bola di Indonesia yang memiliki suporter fanatik adalah Persis Solo. Persis Solo sendiri memiliki sejumlah kelompok suporter dengan nama kelompok dan kebudayaan yang berbeda, diantaranya adalah Surakartans dan Pasoepati yang memiliki nama cukup besar. Di tengah arus globalisasi juga memberi efek pada keheterogenan kebudayaan kelompok suporter yang mendukung Persis Solo. Seperti lahirnya kelompok suporter *Hooligan*, Mania dan Ultras. Setiap subkultur suporter tersebut memiliki cara mendukung yang berbeda ketika datang di stadion saat Persis Solo berlaga. Misalnya Pasoepati dengan kultur mania yang identik dengan nyanyian-nyanyian (*chants*), koreografi tifo, dan gerakan-gerakan anggota tubuh (seperti lompat ditempat dan melambaikan tangan ke atas) yang diiringi alunan perkusi senar dan drum, biasanya mereka juga menggunakan pakaian yang identik dengan warna merah, sesuai dengan warna identik klubnya (Trisetiyo, 2019: 6).

Berbeda dengan Pasoepati, kelompok suporter Surakartans dengan kultur *hooligan* memiliki cara berekspresi dan mendukung sendiri (Blanco, 2019: 2). Secara bahasa *hooligan* berarti orang yang melakukan kekerasan atau berkelahi yang menyebabkan kerusakan di tempat umum. Sedangkan dalam sepak bola, suporter yang beraliran *hooligan* mengacu pada budaya suporter yang memiliki perilaku merusak dan terlibat kekacauan (*chaos*). Perilaku tersebut biasanya terjadi karena adanya konflik atau ketidaksesuaian pendapat antara suporter dengan petinggi klub ataupun dengan pihak eksternal seperti kelompok suporter lain, klub lain maupun petinggi federasi sepakbola yang sifatnya politis. Di Indonesia sendiri budaya suporter *hooligan* berkiblat pada suporter-suporter klub yang bermain di Liga Inggris.

Selain perilaku, kelompok suporter *hooligan* juga memiliki ciri khas lain yang cukup mencolok yaitu atribut. Surakartans sebagai kelompok suporter *hooligan* memiliki cara berpakaian yang berbeda dengan suporter pada umumnya di Indonesia. Gaya berpakaian mereka sama sekali tidak merepresentasikan klub kebanggaan mereka, namun mereka berpakaian *casual* dengan menggunakan merek-merek ternama yang memiliki harga cukup mahal seperti seperti Adidas,

Fila, Stone Island, Burberry, Aquascutum, Fred Perry, Lacoste, dan sebagainya. Atribut merupakan salah satu filosofi *hooligan* yang identik dengan kekerasan. Mereka tidak memakai atribut yang merefleksikan klub mereka seperti jersey, syal dan sebagainya karena identitasnya akan mudah dikenali (Gutu, 2017: 3). Dengan menggunakan pakaian *casual* akan memudahkan mereka tidak terdeteksi oleh pihak aparat keamanan dan kelompok pendukung lawan.



Gambar 1. 1 Merek Pakaian *Casual* Suporter
(Sumber: Twitter Thecasualultra)

Dari perilakunya yang sering menimbulkan kekacauan yang mana hal tersebut merupakan tindakan kriminal yang bertentangan dengan hukum, suporter *hooligan* biasanya menjadi incaran pihak kepolisian, maka dari itu mereka memiliki gaya berpakaian yang berbeda dengan kelompok suporter lainnya. Misalnya kelompok suporter Surakartans yang mendukung klub Persis Solo dengan dominasi warna merah. Ketika datang ke stadion ketika laga tandang, jarang sekali dari mereka yang menggunakan pakaian berwarna merah, bahkan mereka jarang sekali menggunakan *jersey*, syal dan atribut lainnya yang mengandung identitas klub Persis Solo. Hal tersebut merupakan filosofi *hooligan* yang mana dengan berpakaian kasual mereka mudah berbaur dan menyusup dengan masyarakat umum

yang berada di luar, artinya mereka tidak memiliki identitas suporter yang dapat dikenali dari luar sehingga mudah menyelimutkan identitasnya dan tidak terdeteksi oleh polisi (Blanco, 2019: 2).

Gaya berpakaian kasual yang digunakan oleh kelompok suporter *hooligan* sendiri tidak memiliki aturan khusus, para suporter penganut *hooligan* biasanya sudah memiliki kesadaran sendiri untuk berpakaian rapi dan wajib menggunakan sepatu. Budaya berpakaian kasual sendiri pertama kali berkembang di Inggris pada tahun 70-an pada saat konflik antar suporter klub sepak bola di Inggris sedang tinggi (Gutu, 2017: 4). Sejak saat itu merek-merek terkemuka di Inggris menjadi alternatif pilihan pakaian untuk para suporter ketika hendak datang mendukung klub kebanggannya baik di kandang maupun tandang. Mereka memilih merek-merek tersebut karena ketika memakai *jersey* atau *merchandise* klub sangat berbahaya ketika dipakai di untuk menonton di kandang lawan.

Dari kultur *casual* yang diterapkan oleh kelompok suporter Surakartans, maka akan tercipta suatu individu yang secara tidak sadar menjadi konsumtif. Menurut Baudrillard (2011: 17) siapa saja dapat menjadi bagian dari suatu kelompok apa saja jika mereka mampu mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Melalui proses mengamati secara langsung di stadion maupun melalui visualisasi di media sosial, individu akan melihat tindakan-tindakan perilaku dan kebiasaan yang ditampilkan dan menjadi sebuah simbol yang harus mereka konsumsi jika mereka ingin menjadi bagian dari sebuah kelompok tersebut. Dalam penelitian ini adalah kelompok suporter *hooligan* yang identik dengan atribut *casual* dan fanatisme mereka ketika mendukung klub kebanggannya.

Saat ini logika konsumsi masyarakat tidak hanya berdasarkan nilai guna atau nilai tukar melainkan karena adanya nilai baru yang disebut *symbolic value* (Baudrillard, 2011: 17). Menurut Baudrillard, individu tidak lagi mengonsumsi barang atas dasar nilai tukar atau nilai guna, melainkan atas dasar nilai tanda/symbol yang bersifat abstrak. Hal ini karena beberapa bagian dari promosi justru meniadakan kebutuhan konsumen akan keunggulan produk. Dengan memanfaatkan

rasa sombong dalam diri manusia, mereka mempromosikan produk sebagai simbol prestise dan gaya hidup yang menumbuhkan rasa bangga bagi para konsumennya

Di dalam dunia suporter konsumsi memiliki banyak makna, terkadang orang awam menganggap bahwa konsumsi yang dilakukan oleh mereka terkesan biasa saja atau tidak istimewa. Namun untuk seorang suporter barang-barang atau objek yang mereka konsumsi merupakan hal yang luar biasa. Objek konsumsi tersebut akan terlihat istimewa jika perlihatkan pada orang-orang yang memiliki orientasi konsumsi yang sama. Seperti yang dijelaskan oleh Baudrillard (2011: 31) bahwa di dalam konsumsi kita semua merasa sangat unik, namun kita identik dengan orang lain dalam kelompok sosial yang anggota-anggota kelompoknya mengonsumsi banyak hal yang sama. Kita tidak perlu membeli apa yang kita butuhkan, tetapi apa yang dikatakan kode pada kita seharusnya kita beli. Kemudian realitas yang dijalankan menjadi semu. Misalnya, ketika individu membeli sebuah jaket Stone Island atau sepatu Adidas, dia tidak hanya membeli sebuah jaket atau sepatu, tetapi juga membeli pencitraan, tanda gaya, prestise, kemewahan, dan kekuasaan bagi individu tersebut. Namun dalam Salvatore (2018: 20) dijelaskan bahwa dalam suporter, barang-barang konsumen memiliki makna yang berbeda dari setiap penggunaannya, ada anggapan bahwa proses konsumsi adalah sebagai bentuk menyampaikan kultur dan loyalitas mereka, anggapan lain menyatakan bahwa menggunakan barang konsumsi adalah sebagai bentuk keanggotaan individu di dalam kelompok tertentu.

Beberapa studi terdahulu telah menunjukkan beberapa temuan mengenai kebudayaan suporter di Indonesia. Misalnya Mubina (2020) yang mengkaji fanatisme dan ekspresi simbolik kelompok suporter sepak bola Panser Biru dan Snex yang mendukung PSIS Semarang. Kemudian Trisetiyo (2019) yang mengkaji bentuk strategi strategi suporter *casuals* (Surakartans) dalam memperkenalkan identitas melalui simbol. Dalam menentukan permasalahan penelitian, peneliti melakukan studi pustaka terlebih dahulu dan mencari celah permasalahan penelitian yang berbeda dengan penelitian yang telah ada. Berdasarkan latar belakang dan temuan-temuan dari peneliti terdahulu yang telah dijabarkan di atas maka peneliti

ingin melihat dan mengkaji bagaimana budaya *casual* dan fanatisme *hooligan* pada kelompok suporter sepak bola “Surakartans” di Kota Surakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas maka penulis dapat merumuskan permasalahan penelitian menjadi 3 yaitu:

- A. Bagaimana praktik budaya *casual* yang terjadi pada kelompok suporter sepak bola Surakartans?
- B. Apa faktor yang mendorong terjadinya praktik konsumsi pakaian *casual* pada kelompok suporter sepak bola Surakartans?
- C. Bagaimana fanatisme dalam bentuk dukungan yang dilakukan oleh kelompok suporter Surakartans untuk klub Persis Solo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- A. Mendeskripsikan praktik budaya *casual* yang terjadi pada kelompok suporter sepak bola Surakartans
- B. Mengetahui faktor yang mendorong terjadinya praktik konsumsi pakaian *casual* pada kelompok suporter sepak bola Surakartans?
- C. Mengetahui fanatisme dalam bentuk dukungan yang dilakukan oleh kelompok suporter sepak bola Surakartans untuk klub Persis Solo?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis khususnya menjadi rujukan ilmu Antropologi dan menjadi sumber pengetahuan mengenai perkembangan kebudayaan suporter *hooligan* di Indonesia.

Serta dapat digunakan sebagai pemahaman dalam melihat kesesuaian teori dan kenyataan yang terjadi dalam praktik kebudayaan suporter *hooligan*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan informasi dan menjadi sumber pengetahuan mengenai bentuk budaya *casual* dan fanatisme dari budaya suporter *hooligan* yang terjadi pada kelompok suporter “Surakartans 1923”. Dapat menjadi pandangan dan sumber pengetahuan bagi seluruh masyarakat, suporter sepakbola, Pemerintah Kota Surakarta dan sekitarnya, serta pihak lainnya yang terkait mengenai kebudayaan suporter *hooligan*.

1.5 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

1.5.1 Tinjauan Pustaka

Draf teks dan dokumentasi mengenai kebudayaan suporter dari hasil penelitian terdahulu sangat penting untuk mendukung penelitian penulis. Data tersebut dapat menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian yang masih memiliki topik dan permasalahan yang relevan. Selain itu hasil penelitian terdahulu juga bisa menjadi rujukan dalam melihat perkembangan topik permasalahan yang akan dikaji. Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian penulis, antara lain:

Pertama, Mubina (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Fanatisme Dan Ekspresi Simbolik Di Kalangan Suporter Sepak Bola: Kajian Etnografis Terhadap Kelompok Suporter PSIS Panser Biru Dan Snex”. Riset yang dilakukan oleh Muhammad Fathan Mubina telah menghasilkan banyak penemuan antara lain penggunaan atribut oleh Panser Biru dan Snex, loyalitas tanpa batas dalam mendukung PSIS, cinta kasih dan integritas dalam mendukung PSIS, mengenalkan dan mendidik anak-anak tentang PSIS sejak kecil. Bentuk dan pola ekspresi simbolik penganut Panser Biru dan Snex meliputi koreografi penganut PSIS, mural penganut, spanduk pendukung dan kritik PSIS, serta lagu-lagu Panser Biru dan Snex untuk PSIS Semarang. Fanatisme memunculkan ekspresi simbolik dan segala bentuk ekspresi simbolik yang terkait dengan fanatismenya (Panser Biru dan Snex).

Interpretasi pendukung mereka tentang apa yang mereka lakukan mencerminkan fanatisme pendukung PSIS individu. Bentuk hubungan antara fanatisme dan ekspresi simbolik misalnya koreografi dan nyanyian yang dilakukan di stadion, yang berarti menunjukkan fanatisme mereka terhadap PSIS, yaitu berupa kecintaan dan keutuhan untuk mereka dukung melalui dukungan Koreografi dan nyanyian, sehingga saat melakukan dukungan melalui koreografi dan chants dilakukan dengan kesungguhan hati dan maksimal agar berdampak positif terhadap hasil pertandingan karena pengaruh dari dukungan suporter yang memantik semangat pemain saat bertanding sangat besar.

Dalam penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan kajian dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Keduanya sama-sama membahas bagaimana bentuk fanatisme yang terjadi dalam suporter sepak bola, namun jenis kelompok suporter yang diteliti berbeda. Penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Fathan Mubina meneliti kelompok suporter Panser Biru dan Snex yang mendukung klub sepak bola PSIS yang memiliki kandang di Stadion Jatidiri Kota Semarang, sedangkan penulis meneliti kelompok suporter Surakartans yang mendukung klub sepak bola PERSIS yang memiliki kandang di Stadion Manahan Kota Surakarta. Selain itu, kedua kelompok suporter yang diteliti oleh Muhammad Fathan Mubina yaitu Panser Biru dan Snex memiliki latar belakang budaya suporter yang berbeda dengan kelompok suporter yang diteliti penulis. Panser Biru dan Snex memiliki budaya mania seperti pada umumnya suporter di Indonesia, sedangkan Surakartans memiliki budaya *hooligan* yang berkiblat pada suporter-suporter sepak bola di Inggris khususnya dalam pola perilaku dan atribut ketika mereka mendukung klub kebanggaannya di stadion kandang maupun tandang.

Kedua, Nikmah (2021) dengan penelitiannya yang berjudul “Etnografi Kebudayaan Konsumsi Di Kalangan Remaja Pengguna Sistem Belanja Online Di Plamongansari, Pedurungan, Semarang”. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmah memiliki beberapa temuan, yaitu kemudahan berbelanja secara online menyebabkan remaja menjadi lebih konsumtif. Terdapat dua pola budaya konsumsi

yang menjadi acuan remaja dalam berbelanja online. Pertama, pola budaya konsumsi simulasi yang meliputi remaja berbelanja online karena kebutuhan sesaat tanpa mempertimbangkan nilai guna yang diperoleh. Kedua, pola budaya konsumsi hiperrealitas yang meliputi remaja berbelanja karena tren dan gaya hidup. Remaja membeli produk hanya berdasarkan merek, artinya mereka membeli tanda-tanda atau simbol daripada fungsi dari benda tersebut.

Dari penelitian yang dilakukan Nikmah, terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini. Persamaannya adalah penggunaan teori Budaya Konsumsi oleh Celia Lury serta metode yang digunakan dari kedua penelitian ini adalah etnografi. Persamaan lain adalah topik penelitiannya yaitu membahas budaya konsumsi. Sedangkan perbedaannya adalah pada subjek penelitiannya, penelitian Nikmah membahas perilaku konsumsi oleh remaja di Desa Plamongan Kota Semarang ketika menggunakan aplikasi belanja online, Sedangkan skripsi ini membahas perilaku konsumsi dan fanatisme *hooligan* pada kelompok suporter Surakartans di Kota Surakarta.

Ketiga, Trisetiyo (2019) dengan judul penelitiannya “Strategi Suporter *Casuals* Dalam Memperkenalkan Identitasnya (Studi Kasus Pada Kelompok Suporter Surakartans 1923)”. Penelitian yang dilakukan oleh Trisetiyo ini memiliki banyak temuan yang dihasilkan, yaitu dalam upaya memperkenalkan identitasnya kepada masyarakat, Surakartans 1923 diwujudkan melalui beberapa simbol yaitu ruang, perilaku dan atribut yang mereka kenakan saat menonton sepakbola. Simbol ruang merupakan tribun tempat mereka *standing* dan bernyanyi mendukung tim kebanggaan mereka (Persis Solo) yaitu tribun B6 yang sudah menjadi identitas sendiri. Simbol atribut merupakan penggunaan busana *casual* (tanpa menggunakan atribut yang merepresentasikan tim mereka) di mana penggunaan gaya *casual* sudah menjadi ciri khas atau identitas mereka selama datang ke tribun. Simbol perilaku merupakan cara mereka berlaku saat laga berlaga, sebagai suporter yang menganut budaya *hooligan* tentunya memiliki identitas dengan perilaku bar-bar, seperti teriakan makian yang akan memecah fokus dan mental lawan saat bertanding.

Dalam penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan kajian dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Keduanya sama-sama membahas kelompok suporter sepak bola yang sama yaitu Surakartans, namun memiliki objek formal dan permasalahan penelitian yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Trisetiyo berfokus pada bagaimana strategi kelompok suporter sepak bola Surakartans memperkenalkan identitasnya melalui simbol-simbol perilaku, atribut dan ruang. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada bagaimana fanatisme dan budaya *casual* yang terjadi pada kelompok suporter sepak bola Surakartans yang akhirnya menjadikan kelompok suporter tersebut memiliki nilai dan kebudayaan *hooligan* melalui simbol tersebut.

Keempat, Salvatore pada tahun 2018 yang meneliti kelompok suporter sepakbola Persis Solo dengan judul “Kewargaan Budaya Suporter Persis Solo”. Penelitian ini berupaya melihat kewargaan budaya yang ada di dalam suporter Persis Solo. Dalam penelitiannya Salvatore menggunakan teori kewargaan budaya dari Nick Stevenson yang melihat terbentuknya kewargaan melalui empat aspek yaitu jaringan, informasi globalisasi dan konsumsi. Hasil penelitian salvatore menjelaskan bahwa jaringan dan informasi adalah aspek yang berhubungan dalam membentuk kewargaan. Media informasi memberikan tempat untuk sejumlah individu menjalin relasi dengan orang lain. Biasanya para suporter sepak bola mengikuti akun media sosial klub resmi yang mana mereka bisa merasakan menjadi bagian sebuah klub dengan melihat perkembangan aktivitas dan kabar klub sehari-hari. Selain melihat dan memantau mereka juga ikut memberikan kontribusi di kolom komentar atau sebuah utas yang berisi hasil diskusi, opini atau asumsi untuk kemajuan sebuah klub. Melalui media tersebut jaringan dan informasi dapat membentuk sebuah kewargaan yang menjadi tempat untuk menjalin relasi antara klub dengan suporter atau suporter dengan suporter itu sendiri.

Selanjutnya temuan dari aspek globalisasi yang mendeskripsikan perubahan pola dukungan dan gaya berpakaian suporter Persis Solo. Globalisasi berpengaruh karena kemudahan informasi kebudayaan luar. Pengetahuan tersebut dibawa dan dipraktikkan oleh kelompok suporter Persis Solo. Terakhir aspek konsumsi yang

mana untuk menjadi bagian kewargaan suporter maka harus melakukan praktik konsumsi sebagai wujud cinta dan rasa bangga terhadap klub. Misalnya dengan membeli *jersey*, topi, syal, dan *merchandise* lain yang merepresentasikan klub yang mereka dukung yaitu Persis Solo.

Dari temuan penelitian yang dijelaskan oleh Salvatore terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis. Persamaannya kedua penelitian ini sama-sama membahas kelompok suporter sepak bola Persis Solo. Perbedaannya penelitian Salvatore membahas kelompok suporter Persis Solo secara umum yaitu keseluruhan komunitas suporter yang mendukung Persis Solo, sedangkan penelitian penulis hanya membahas kelompok suporter Surakartans. Selain objek penelitian yang dikaji juga berbeda, Salvatore meneliti bagaimana bentuk kewargaan suporter Persis Solo menggunakan teori kewargaan budaya, sedangkan penulis meneliti bagaimana budaya *casual* dan fanatisme yang diproduksi oleh kelompok suporter surakartans yang menganut budaya suporter *hooligan*.

Kelima, Rozy & Raditya pada tahun 2021 yang meneliti *fashion* kelompok suporter sepak bola Bonek di Surabaya dengan judul “Komodifikasi *fashion* Bonek di Surabaya Selatan”. Kajian ini melihat industri budaya *fashion* Bonek Green North di Surabaya Selatan. Kawasan Surabaya Selatan merupakan salah satu basis massa Green North. Green North adalah grup Bonek yang menempati Tribun Utara saat pertandingan Persebaya di Stadion Gelora Bung Tomo. Grup ini memiliki tampilan *fashion* yang cukup beragam. Keberagaman ini menyebabkan berkembangnya produk fesyen yang dikonsumsi oleh Bonek dan dianalisis menggunakan teori industri budaya Adorno. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penampilan modis Bonek lebih kekinian. Green Nord memiliki aturan khusus yang mewajibkan kaos dan sepatu untuk dipakai di pertandingan kandang. Saat Persebaya melakukan pertandingan tandang, mereka menggunakan atribut *casual* maupun pakaian hitam. Dengan menyiarkan secara masal informasi tentang sepak bola asing, Bonek mengadaptasi budaya penggemar ultras dan *hooligan* dari Eropa. Produk *fashion* yang dikonsumsi Bonek tidak hanya untuk mendukung Persebaya tapi juga sebagai kebiasaan dalam kesehariannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rozy & Raditya memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis. Persamaannya adalah kedua penelitian ini membahas topik yang sama yaitu gaya berpakaian kelompok suporter sepak bola. Perbedaannya adalah pada subjek penelitiannya yang mana Rozy & Raditya meneliti kelompok suporter sepak bola Bonek yang mendukung klub sepak bola Persebaya di Kota Surabaya, sedangkan penelitian penulis meneliti kelompok suporter sepak bola Surakartans yang mendukung klub sepak bola Persis Solo di Kota Surakarta. Selain itu penelitian yang dilakukan Rozy & Raditya menggunakan teori industri budaya yang melihat *fashion* kelompok suporter sebagai sebuah industri, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori budaya konsumsi kelompok suporter yang melihat konsumsi sebagai gaya hidup yang berhubungan dengan pemenuhan identitas *hooligan*.

Keenam, Malfaid pada tahun 2013 dalam skripsinya yang berjudul “Fanatisme Suporter Sepak Bola Untuk Menanamkan Solidaritas Sosial (Studi Kasus Pada Suporter Pasoepati Kartasura)”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Malfaid, muncul 4 temuan yang menunjukkan bahwa: 1) Sifat fanatisme suporter sepak bola yang dapat menanamkan solidaritas sosial di Pasoepati Korwil Kartasura dapat ditunjukkan dengan mengadakan bakti sosial, penggalangan dana untuk bantuan korban bencana alam dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan positif. 2) Faktor-faktor yang berhubungan dengan fanatisme suporter sepak bola untuk menanamkan solidaritas sosial di Pasoepati Korwil Kartasura dapat dilihat dari faktor kebersamaan antar anggota Pasoepati yang mengandung nilai-nilai solidaritas sosial yang meliputi kasih sayang, tanggung jawab dan kerukunan hidup. 3) Kendala yang dihadapi suporter fanatik untuk menanamkan solidaritas sosial di Pasoepati Korwil Kartasura terlihat dari rasisme dan anarkisme di kalangan suporter yang berujung pada putusnya hubungan silaturahmi dengan suporter lain dan banyak orang yang terprovokasi dengan tujuan untuk merusak hubungan kekeluargaan antara pendukung lainnya. 4) Solusi apa yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi para fanatik sepak bola untuk menanamkan solidaritas sosial di Pasoepati Korwil Kartasura dengan mengadakan pertemuan antar koordinator pasoepati se-kota Solo, kemudian oleh pimpinan organisasi DPP

Pasoepati yang memberikan masukan kepada daerah Pasoepati koordinator kota Solo untuk menjaga silaturahmi antar koordinator pasoepati daerah.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan Malfaid dengan penelitian penulis. Persamaannya adalah kedua penelitian ini sama-sama membahas fanatisme kelompok suporter klub sepak bola Persis Solo. Perbedaannya adalah meskipun kedua penelitian ini membahas klub sepak bola yang sama namun kelompok suporter yang dikaji berbeda yaitu penulis membahas kelompok suporter Surakartans sedangkan saudara Malfaid membahas kelompok suporter Pasoepati. Selain itu fanatisme yang dikaji juga berbeda, Malfaid dalam penelitiannya lebih membahas fanatisme yang berhubungan dengan solidaritas sosial dengan penulis membahas fanatisme yang berhubungan dengan gaya berpakaian ketika mendukung klub Persis Solo.

Ketujuh, Simamora pada tahun 2019 dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor Fanatisme Suporter Sepakbola terhadap Perilaku Atribut Suporter Sepakbola (Studi pada: Suporter PSMS Medan Smeck *Hooligan*)”. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa efek dari fanatisme membuat seseorang suporter mempunyai dasar rasa cinta yang kuat terhadap suatu klub sepak bola yang didukung. Fanatisme seorang suporter sepakbola dapat dilihat dari penggunaan atribut-atribut seperti jaket, kaos, syal dan sejenisnya. Peran fanatisme ini sangat berpengaruh positif bagi para pengusaha yang membuka toko dengan atribut sepakbola. Fanatisme memegang peranan yang sangat penting bagi pengusaha yang menjual atribut atau barang PSMS, karena konsumen yang fanatik pasti rela membayar tidak sedikit untuk membeli tidak hanya satu produk atribut, tetapi lebih dari satu.

Dalam penelitian tersebut memiliki beberapa persamaan dan perbedaan kajian dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Keduanya sama-sama membahas bagaimana fanatisme yang terjadi dalam suporter sepak bola, namun jenis kelompok suporter yang diteliti berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Simamora membahas kelompok suporter Smeck *Hooligan* yang mendukung klub

sepak bola PSMS Medan, sedangkan penelitian penulis membahas kelompok suporter Surakartans yang mendukung klub Persis Solo.

Kedelapan, Hendika & Nuraeni pada tahun 2020 dengan penelitiannya yang berjudul “Globalisasi *Hooliganisme* Terhadap Suporter Sepak Bola di Indonesia. Penelitiannya bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan budaya suporter *hooligan* di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Hendika & Nuraeni menghasilkan temuan bahwa globalisasi telah mempercepat penyebaran budaya *hooligan* kepada kelompok suporter sepak bola di Indonesia. Sebagian besar kelompok suporter sepak bola di Indonesia merasa lebih keren jika berperilaku seperti layaknya suporter sepak bola *hooligan* di Inggris. Terkadang tindakan brutal, anarkis, dan kriminal dianggap sebagai suatu hal yang harus dilakukan untuk memperkuat eksistensi kelompok mereka diantara kelompok lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendika & Nuraeni memiliki kesamaan dengan penulis yaitu membahas budaya suporter *hooligan* di Indonesia, namun Hendika & Nuraeni membahas *hooliganisme* suporter sepak bola di Indonesia secara umum atau keseluruhan, sedangkan penelitian penulis hanya berfokus pada kelompok suporter Surakartans saja. Selain itu penelitian Hendika & Nuraeni lebih berfokus bagaimana *hooliganisme* masuk ke Indonesia melalui globalisasi, sedangkan penulis lebih berfokus bagaimana perilaku konsumsi yang lahir dari fanatisme kelompok suporter *hooligan* di Indonesia khususnya kelompok suporter Surakartans.

1.5.2 Landasan Teori

1.5.2.1 Teori Budaya Konsumsi

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana budaya *casual* dan fanatisme *hooligan* terhadap fashion yang dipraktikkan oleh kelompok suporter sepak bola Persis Solo yaitu “Surakartans”. Dalam upaya untuk menjelaskan bagaimana budaya *casual* dan fanatisme *hooligan* yang dilakukan oleh kelompok suporter sepak bola Surakartans, penelitian ini menggunakan teori Budaya

Konsumsi oleh Celia Lury sebagai pisau analisis. Bagian ini akan mendeskripsikan teori budaya konsumsi itu sendiri, penjelasan mengenai istilah konsep fanatisme, serta bagaimana keterkaitan antara teori dan konsep dengan fenomena permasalahan penelitian yang ada.

Dalam memahami budaya konsumsi pasti akan berhubungan dengan materi atau benda yang dipakai, digunakan dan dihabiskan oleh manusia. Pengertian kebudayaan sendiri, menurut Koentjaraningrat (2009) adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia yang diperoleh dengan belajar. Kebudayaan sendiri memiliki tiga wujud yaitu ide, benda, dan tindakan. Budaya konsumsi sendiri adalah sebuah istilah untuk melihat bagaimana hubungan manusia dengan benda. Hubungan manusia dengan benda dapat dilihat dari bagaimana manusia memandang, memanfaatkan bahkan menilai sebuah materi di dalam kehidupan kebudayaannya.

Lury (1998: 1) bahwa benda tidak hanya digunakan untuk melakukan sesuatu, tetapi memiliki makna dan berfungsi sebagai penanda makna dalam hubungan sosial. Hal ini berlaku baik bagi masyarakat tradisional maupun masyarakat modern. Dalam masyarakat tradisional, contoh bagaimana masyarakat menempatkan benda sebagai sesuatu yang penting bahkan sakral atau yang disebut totem dalam istilah antropologi. Sedangkan dalam masyarakat modern konsumsi seringkali dilakukan sebagai konversi atau lebih tepatnya ‘perilaku’ manusia yang mengubah benda-benda ‘materi’ untuk tujuan atau memiliki fungsi sosial tertentu.

Inti dari teori budaya konsumsi oleh Celia Lury adalah pemikirannya mengenai beberapa konsep, antara lain negosiasi identitas, gaya hidup, dan konsumsi generasi muda.

1. Negosiasi Identitas

Menurut Lury (1998: 17) konsumsi berkaitan dengan makna, nilai dan komunikasi, kegunaan benda-benda selalu dibingkai oleh konteks budaya, bahwa semua benda-benda sederhana yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari memiliki makna budaya. Dari sudut pandang Lury benda-benda materi

bukan hanya digunakan untuk sekedar beraktifitas sesuai kebutuhan, namun juga memiliki makna dan bertindak sebagai tanda-tanda makna dalam hubungan sosial, artinya benda-benda materi tersebut hidup secara sosial melalui proses penggunaan dan interaksi yang dilakukan individu.

Kepemilikan benda-benda yang membawa makna menjadikan benda tersebut sebagai sebuah alat komunikator. Praktik ini tidak hanya diproduksi oleh masyarakat modern, namun juga masyarakat tradisional, misalnya bagaimana masyarakat tradisional berusaha membuktikan dan memperlihatkan pentingnya sebuah benda-benda dalam menunjukkan kedudukan sosial seseorang dalam upacara. Dalam masyarakat modern praktik tersebut dilakukan dalam konteks sosial budaya yang berkembang pada masa kini, misalnya dalam sepakbola terdapat pemikiran bahwa stadion adalah tempat yang sangat dijunjung seperti halnya rumah ibadah. Dalam hal ini penonton sepak bola juga berusaha memperlihatkan pentingnya sebuah benda atau materi yang melekat pada dirinya ketika datang ke stadion, hal itu dilakukan sebagai acuan klasifikasi seseorang dalam kelompok. Dengan demikian benda-benda berperan sebagai komunikator identitas sosial dan pembawa makna sosial.

Dapat dipahami bahwa bagi Lury, budaya konsumen dapat dipandang untuk menciptakan kondisi-kondisi bagi negosiasi identitas. Dalam bukunya, Lury menjelaskan bahwa bagaimana benda menciptakan identitas sosial dan bagaimana ketika benda bertindak sebagai perantara hubungan antar pribadi. Dalam hal ini benda memiliki sebuah kehidupan untuk memberi atribut kepada individu, memberi penampilan dan memberi kesenangan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat bagaimana kegunaan benda-benda materi sebagai sarana penciptaan identitas sosial.

2. Gaya hidup

Gaya hidup mengacu pada kepekaan konsumen baru yang diidentifikasi Hebidge dalam Lury (1998: 114) sebagai karakter konsumsi modern. Diyakini bahwa konsumen mengembangkan kesadaran atau kepekaan yang lebih besar terhadap proses konsumsi melalui gaya hidup mereka. Sikap konsumen adalah

cara orang mencoba mengekspresikan individualitas dan selera mereka melalui pemilihan barang-barang tertentu dan selanjutnya menjadi terbiasa atau mempersonalisasikan barang-barang tertentu. Individu tidak terlepas dari penggunaan materi yang mewakili identitasnya.

Individu secara aktif menggunakan produk konsumsi seperti pakaian, rumah, mobil, makanan dan minuman, dan objek budaya seperti musik, film, dan seni dengan cara mencerminkan selera atau cita rasa suatu kelompok. Penggunaan barang konsumsi tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan melalui *habitus*. *Habitus* dalam bahasa latin berarti kebiasaan yang merujuk pada tata pembawaan yang terkait dengan kondisi tipikal tubuh. *Habitus* dapat didefinisikan sebagai sistem yang mengatur kemampuan individu untuk bertindak. *Habitus* tercermin dalam keputusan individu mengenai kesesuaian selera mereka dalam pakaian, hobi, seni, dan sebagainya. Hal ini ditentukan selama pendidikan di keluarga, di sekolah, atau dalam kelompok sosial melalui internalisasi seperangkat materi tertentu.

Gaya hidup demikian merupakan contoh kecenderungan kelompok-kelompok dalam menggunakan barang-barang untuk membedakan diri mereka dengan kelompok lainnya, sekaligus mendukung pandangan bahwa praktik-praktik konsumsi dapat dipahami dalam konteks sebuah perjuangan memperoleh posisi sosial (Lury, 1998: 112-113), dalam hal ini adalah sebuah contoh gaya hidup seseorang atau kelompok dalam mendukung sebuah tim sepak bola dengan menggunakan atribut klub sepak bola yang didukungnya tersebut seperti jaket, kaos, syal, *jersey*, sepatu, topi dan sebagainya sehingga menjadi identitas kelompok yang membedakannya dengan kelompok lainnya.

3. Generasi Muda dan Ruang Media

Budaya generasi muda sering digambarkan sebagai spektakuler, yang berarti memang sengaja diciptakan untuk dilihat dan menjadi sebuah tontonan. Dalam budaya generasi muda spektakuler ini, perbedaan antara anak muda dan yang lebih tua diciptakan oleh penggunaan benda visual dan tanda-tanda, adopsi gaya tertentu yang sebuah pemandangan bagi orang lain. Dalam pandangan ini,

anak muda sedang dalam proses perjuangan mencari makna karena menyoroti peran audiens. Anak muda secara prinsip didefinisikan sebagai sebuah audiens jenis baru. Hal tersebut adalah kegiatan anak muda yang menonjol sebagai sebuah audiens yang membuat mereka menjadi perantara budaya.

Beragam media bersifat integral terhadap pembentukan ideologi generasi muda. Media seperti televisi adalah sarana pengelola untuk menyatukan massa yang membangun gerakan-gerakan generasi muda. Anak muda sebagai audiens dipandang sebagai penargetan yang dilakukan oleh media, khususnya industri musik, televisi dan periklanan. Serangkaian hubungan menonton, menjadi audiens yang interaktif dan menampilkan sebuah identitas dalam sebuah interaksi untuk menandakan budaya generasi muda kontemporer, dan membuat identitas tampak sebagai sebuah proses saat anak muda menciptakan citra diri mereka sebagai generasi muda.

1.5.2.2 Konsep Fanatisme

Fanatisme didefinisikan sebagai pengabdian yang luar biasa terhadap suatu objek, di mana pengabdian terdiri dari hasrat, keintiman, dan dedikasi yang luar biasa, berarti melampaui yang biasa, berada di atas rata-rata. Objek sebuah fanatisme bisa berhubungan dengan merek, produk, orang (misalnya selebriti), acara televisi, atau aktivitas konsumen lainnya. Orang-orang fanatik cenderung bersikeras pada gagasan orang-orang yang menganggap dirinya atau kelompoknya benar, mengabaikan fakta atau argumen apa pun yang mungkin berlawanan dengan pemikiran atau keyakinan mereka (Chung et al. 2008).

Agriawan (2017: 9) menyebutkan fanatisme sebagai keyakinan yang kuat berdasarkan aktivitas politik, agama, atau ideologi tertentu yang telah lama diyakini dan dipertahankan. Sederhananya, kefanatikan adalah keyakinan yang mengakar kuat pada individu. Agriawan (2017: 15) menjelaskan berbagai bentuk fanatisme terkait suporter sepak bola di Indonesia sebagai berikut:

1. Tim yang didukung akan menjadi prioritas dibandingkan tim lainnya.

2. Menonton langsung tim yang didukung meskipun berada di luar kota atau tidak memiliki uang untuk menonton.
3. Memberikan dukungan secara penuh kepada tim dukungannya terlepas dari apakah prestasi tim sepak bolanya berada pada posisi buruk atau sedang baik.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat dijelaskan bahwa indikator dari fanatisme adalah:

1. Imitasi

Gerungan (2004) mengatakan bahwa Imitasi dapat mendorong individu atau kelompok untuk melakukan perilaku tertentu, seperti gaya berpakaian, gejala mode yang mudah menjalar itu dipelajari orang dengan jalan imitasi. Selain itu individu juga mengimitasi ideologi yang telah diyakini dalam kelompoknya.

2. Perilaku konsumtif

Saat ini pola konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan nilai guna atau nilai tukar melainkan hadir nilai baru yang disebut *symbolic value* (Baudrillard, 2011: 17). Individu sudah tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna, melainkan karena nilai tanda/simbolis yang sifatnya abstrak. Hal ini disebabkan karena beberapa bagian dari tawaran iklan justru menafikan kebutuhan konsumen akan keunggulan produk, melainkan dengan menyerang rasa sombong tersembunyi dalam diri manusia, produk ditawarkan sebagai simbol prestise & gaya hidup yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya (Baudrillard, 2011: 31).

3. Perilaku obsesif

Obsesi adalah keinginan (hasrat) akan sesuatu disertai usaha keras bahkan terkesan memaksa untuk mencapai keinginan tersebut. Obsesi seorang suporter adalah bagaimana mereka sangat mencintai klub kebanggaannya, mereka selalu ingin tahu kabar terkini dari kondisi klub, selalu mengikuti segala

kegiatan yang dilakukan klub. Selain itu, suporter yang berperilaku obsesif akan melakukan apa saja untuk klubnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Desain/Jenis Penelitian

Untuk bisa melihat bagaimana budaya *casual* dan fanatisme yang terjadi pada kelompok suporter Surakartans 1923, maka penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Metode penelitian kualitatif pada dasarnya akan menghasilkan berupa data deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang mengkaji suatu fenomena secara alamiah, data dari metode ini bukan berdasarkan kuantitas, namun data deskriptif yang berisi makna dari fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2019: 17). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bermaksud untuk mengkaji fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Maka dari itu metode penelitian yang penulis pakai adalah kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan memahami makna dari suatu fenomena budaya yang dialami oleh suatu individu maupun kelompok.

Sedangkan etnografi adalah suatu pekerjaan yang akan menghasilkan tulisan deskripsi mengenai kelompok etnik atau masyarakat dan kebudayaannya (Spradley, 1997: 3). Etnografi memiliki tujuan untuk memahami suatu pandangan hidup dari sudut pandang orang asli, seperti yang dijelaskan Bronislaw Malinowski (dalam Spradley, 1997: 4), bahwa etnografi dilakukan untuk “memahami sudut pandang penduduk asli, hubungannya dengan kehidupan, untuk mendapatkan pandangannya mengenai dunianya”. Artinya para etnografer dalam menghadirkan sudut pandang orang asli mereka harus melepas identitas sebagai peneliti dan melakukan penelitian yang terlibat langsung dalam kehidupan budaya tersebut atau berpartisipasi dalam apa yang menjadi objek penelitian. Hal tersebut adalah salah satu pendekatan dari metode etnografi yang bertujuan untuk mendapatkan sudut pandang orang asli (Spradley, 1997: 3).

Data-data penelitian didapat melalui observasi partisipan, wawancara mendalam serta dokumentasi. Observasi partisipan adalah proses di mana peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati fenomena dan terlibat langsung dengan aktivitas individu atau kelompok di lokasi penelitian. Setelah melakukan observasi partisipan peneliti melakukan wawancara mendalam. Pada fase ini peneliti melakukan *face to face interview* (wawancara hadap-hadapan) dengan partisipan. Wawancara ini menanyakan pertanyaan secara umum yang bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan serta opini dari para partisipan. Terakhir peneliti melakukan dokumentasi atau pengambilan data secara visual berupa gambar atau foto yang dapat memperjelas hasil dari penelitian.

1.6.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Sebelum menentukan lokasi penelitian, peneliti melakukan observasi awal melalui internet untuk menggali beberapa suporter *hooligan* di Indonesia. Dari hasil pengamatan awal tersebut diputuskan untuk meneliti salah satu suporter *hooligan* di Indonesia yang bernama Surakartans, karena sering disebutkan di beberapa media berita maupun platform *youtube* bahwa Surakartans merupakan salah satu kelompok suporter *hooligan* terbesar dan fanatik di Indonesia. Oleh karena itu lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kota Surakarta karena kelompok suporter Surakartans 1923 merupakan kelompok suporter yang mendukung klub asal Surakarta yaitu Persis Solo yang memiliki kandang di Stadion Manahan. Sedangkan waktu penelitiannya adalah disaat kompetisi Liga 1 bergulir yaitu antara Februari 2023 hingga Juni 2023.

1.6.3 Penentuan Informan

Penentuan informan diperlukan dalam penelitian untuk bisa meraih sumber data dari informan yang sesuai dalam proses wawancara. Dalam penentuan informan, peneliti menggunakan penentuan kriteria informan yang digunakan oleh Spradley (1997: 63), diantaranya adalah:

- 1) Informan yang mengalami enkulturasi penuh,
- 2) Informan yang mengalami keterlibatan langsung.

- 3) Informan yang berasal dari suasana budaya yang berbeda,
- 4) Informan yang memiliki cukup waktu.
- 5) Informan yang tidak melakukan analisis terhadap kebudayaannya atau non analitis

Pada penelitian ini kriteria informan yang sesuai dengan metode penentuan informan menurut Spradley adalah tiga orang pionir berdirinya kelompok suporter Surakartans dan tiga anggota yang terlibat secara langsung dengan kelompok suporter Surakartans.

1.6.4 Pengumpulan Data

Pengumpulan data digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data baik subjek ataupun sampel penelitian. Sumber data primer dikumpulkan dari peneliti dan diambil langsung oleh peneliti yang berupa hasil observasi dan wawancara mendalam serta hasil dokumentasi. Sedangkan untuk sumber data sekunder didapatkan melalui referensi berupa buku, jurnal, internet, serta skripsi terdahulu dengan variabel yang sama dengan peneliti sebelumnya.

a. Observasi Partisipan

Penelitian ini menggunakan observasi partisipatif yang penelitiannya dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan data atau informasi secara lengkap dengan cara membangun keakraban kepada informan yang terlibat langsung dalam kegiatan yang digunakan peneliti sebagai sumber data penelitian. Pada tahap ini peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung dan turut serta dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh kelompok suporter Surakartans ketika mendukung klubnya di stadion baik di kandang maupun tandang.

b. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan proses untuk memperoleh informasi berupa tanya jawab kepada responden dengan wawancara baik secara tatap muka maupun media telekomunikasi, wawancara mendalam tersebut dilakukan oleh peneliti untuk

memperoleh informasi secara mendalam dengan terlibat langsung pada kegiatan informan dan bebas bertanya tanpa pedoman sehingga disampaikan secara spontanitas sebagai bentuk untuk melakukan pencatatan berupa opini, perasaan, serta emosi yang berkaitan dengan individu maupun organisasi. Pada tahap ini, setelah melakukan observasi partisipan peneliti akan melakukan wawancara mendalam mengenai topik skripsi peneliti dengan beberapa anggota suporter, terutama pionir kelompok suporter sepak bola Surakartans.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa historis baik tentang subyek ataupun kelompok organisasi, peristiwa ataupun kejadian dalam situasi sosial yang digunakan untuk sumber penelitian kualitatif yang berupa gambar atau foto. Pada tahap ini peneliti akan melakukan dokumentasi berupa foto yang menggambarkan kebudayaan *casual* dan fanatisme *hooligan* pada kelompok suporter sepak bola surakartans.

1.6.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis yang tujuannya untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh hasil kesimpulan dalam penelitian tersebut. Analisis data diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi serta data-data lapangan lainnya. Analisis data kualitatif bersifat induktif yang artinya analisis data tersebut berdasarkan data yang yang diperoleh dari penelitian dan dikembangkan menjadi pola hubungan atau yang disebut dengan hipotesis. Adapun tahap-tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman (1992) yaitu sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan pengamatan secara umum terhadap situasi sosial budaya dari objek yang akan diteliti dengan melakukan pendekatan kepada informan kelompok suporter

Surakartans 1923, kemudian data tersebut digali dan dikumpulkan dari beberapa individu, sehingga data yang diperoleh tersebut sangat bervariasi.

2. Reduksi data

Dalam proses pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara akan menghasilkan data yang cukup banyak dan bervariasi sehingga peneliti perlu melakukan pencatatan secara rinci dan teliti. Mereduksi data yaitu merangkum, memilih, serta memilah hal-hal yang penting atau pokok dan memfokuskan pada inti permasalahan yang akan dicari sesuai dengan pola dan tema yang telah ditentukan. Data dari hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi akan dilakukan pengelompokan untuk mengetahui tingkat relevansi yang kaitannya dengan penelitian tersebut. Setelah itu, data yang telah terpilih akan disederhanakan dan dikategorikan sesuai jenisnya, kemudian peneliti membuat abstraksi atau disebut dengan ringkasan inti sebagai dasar uraian penelitian yang singkat. Sehingga, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti.

3. Penyajian data

Penyajian data dapat dilakukan dengan cara uraian singkat atau bagan hubungan antar kategori. Penyajian data tujuannya yaitu untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi serta merencanakan data penelitian selanjutnya. Dalam penelitian kualitatif disajikan dengan cara menguraikan serta menggambarkan data yang dikumpulkan dari informan dalam bentuk beberapa narasi singkat yang memiliki relevansi dengan topik dan permasalahan penelitian.

4. Penarikan kesimpulan

Setelah data disajikan maka akan dikelompokkan terlebih dahulu sesuai dengan rumusan permasalahan yang ada. Selanjutnya adalah tahap penarikan kesimpulan, melalui penarikan kesimpulan akan diketahui hasil dari semua data yang telah dianalisis dari penelitian, yang kemudian akan disajikan di akhir skripsi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian yang berjudul “Budaya *Casual* Dan Fanatisme *Hooligan* Pada Kelompok Suporter Sepak Bola Surakartans Di Kota Surakarta” adalah sebagai berikut:

1.7.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang berisi fakta, data, asumsi dan alasan objektif yang berkaitan dengan topik penelitian. Selain latar belakang pada bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan praktis, kerangka teoritik yang terdiri dari tinjauan pustaka dan landasan teori, metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode penentuan informan, teknik pengumpulan data dan analisis data, serta yang terakhir adalah sistematika penulisan.

1.7.2 Bab II Profil Klub Persis Solo Dan Kelompok Suporter Surakartans

Bab ini akan menyajikan gambaran umum dan khusus dari objek penelitian, yaitu gambaran umum mengenai profil klub Persis Solo dan gambaran khusus kelompok suporter Persis Solo yaitu Surakartans sebagai objek penelitian. Penulisan bab ini ditujukan untuk menjelaskan sejarah dan kondisi saat ini klub Persis Solo serta kelompok suporter Surakartans secara objektif mengenai keadaan yang ada di lapangan.

1.7.3 Bab III Budaya *Casual* Dan Fanatisme *Hooligan* Pada Kelompok Suporter Surakartans

Pada bab ini menyajikan data-data yang diperoleh dari proses penelitian mengenai permasalahan penelitian, penulis akan menggali data melalui proses observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi. Bab ini akan menjelaskan bagaimana praktik dan motif budaya *casual*, dan fanatisme bentuk dukungan yang dilakukan oleh kelompok suporter sepak bola Surakartans.

1.7.4 Bab IV Persis Solo Sebagai Wadah Dan Media Berekspresi Bagi Suporter Surakartans

Pada Bab ini berisi mengenai pembahasan dari hasil penelitian. Melalui data yang telah digali dari para informan, penulis akan melakukan analisis menggunakan teori budaya konsumsi oleh Celia Lury dan disajikan sesuai dengan temuan penelitian yang ada.

1.7.5 Bab V Penutup

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi. Bab ini menyajikan sebuah kesimpulan yang merupakan inti dari hasil pembahasan penelitian. Selain kesimpulan, juga terdapat saran dari penulis kepada pembaca atau peneliti selanjutnya dengan topik yang masih relevan dengan penelitian penulis.