

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola telah mengalami transformasi struktural sejak awal abad ke-20, berkembang dari olahraga lokal menjadi fenomena global yang terhubung erat dengan perubahan media massa dan digital. Sejak kemunculan televisi berbayar dan internet, kompetisi sepak bola internasional seperti *English Premier League* (EPL) tersedia di 189 negara dan mencapai sekitar 1,9 miliar penggemar di seluruh dunia (Premier League Annual Report 2024/25). Canal+ Group memegang hak siar *Premier League* di lebih dari 50 negara di Eropa, Afrika, dan Asia dalam siklus 2025/26, dengan potensi jangkauan penonton global melebihi 1,5 miliar orang. Penelitian Dashti, Haynes, & Murad (2022) menunjukkan bahwa lisensi media global dan distribusi melalui platform digital memungkinkan EPL menjangkau audiens lintas negara serta memengaruhi praktik konsumsi media olahraga di luar Inggris. Penelitian tersebut mendokumentasikan jangkauan media dan konsumsi konten EPL oleh penonton internasional, termasuk jumlah negara penayangan dan platform digital yang digunakan, tetapi tidak menyimpulkan efek terhadap budaya atau perilaku penggemar.

Media digital turut memperluas ruang pengalaman penggemar sepak bola dengan memungkinkan produksi konten yang bersifat kompetitif dan partisipatif. Penggemar EPL kini tidak hanya mengonsumsi konten dari media arus utama, tetapi juga memproduksi video, meme, dan narasi daring yang dikonsumsi oleh

komunitas global (Randles, 2021). Penggunaan media sosial sebagai platform interaksi utama telah meningkat. Data We Are Social 2025 mencatat bahwa pengguna X atau Twitter di Indonesia mencapai lebih dari dua puluh juta akun aktif dengan aktivitas tinggi terkait sepak bola EPL. Observasi aktivitas penggemar menunjukkan bahwa penggunaan platform ini beragam, mulai dari berbagi *highlight* pertandingan hingga diskusi taktik dan interaksi emosional antar penggemar. Ruang digital ini memperlihatkan jangkauan global budaya sepak bola, di mana penggemar dari berbagai negara dapat saling bertukar konten dan membentuk komunitas yang aktif, yang sebelumnya tidak mungkin tercapai melalui media tradisional.

Interaksi antara budaya global dan lokal dapat dianalisis melalui perspektif hibridisasi budaya. Nederveen Pieterse (1994) menawarkan pandangan globalisasi sebagai proses hibridisasi, termasuk hibridisasi budaya yang ditandai oleh berkembangnya bentuk-bentuk budaya *mélange* yang bersifat trans-lokal. Dalam konteks penelitian ini, perspektif tersebut digunakan untuk melihat bagaimana unsur budaya *Premier League* bertemu dengan praktik komunikasi komunitas penggemar di Indonesia. Studi Abiyyu (2023) menunjukkan bahwa penggemar sepak bola di Indonesia tetap mempertahankan simbol budaya lokal, seperti bahasa, humor, dan referensi sosial, meskipun terpapar konten global EPL. Observasi terhadap konten komunitas penggemar menunjukkan bahwa konten yang menggabungkan unsur global dan lokal cenderung lebih banyak dikonsumsi dan berinteraksi oleh anggota komunitas dibanding konten yang murni bersifat global, sebagaimana dijelaskan dalam studi Rahayuningsih & Setiawan (2023) mengenai

aktivitas komunitas penggemar sepak bola di Indonesia. Hal ini menegaskan bahwa globalisasi budaya tidak selalu menghasilkan homogenisasi, melainkan mendorong terciptanya praktik fandom yang unik dan relevan secara lokal.

Selain itu, literatur terkini menyoroti keterbatasan studi tentang fandom digital di Indonesia, khususnya terkait teori hybridisasi budaya. Randles (2021) menekankan pertumbuhan media produksi penggemar global, namun belum mengaitkannya secara eksplisit dengan praktik lokal di Indonesia. Studi tentang manajemen komunitas digital Rahayuningsih & Setiawan (2023) menyoroti pengembangan identitas kolektif penggemar melalui konten kreatif, tetapi fokus pada perilaku komunikatif dan interaksi daring. Data statistik dari platform media sosial menunjukkan bahwa rata-rata komunitas memiliki lebih dari 5.000 anggota aktif, dengan posting mingguan mencapai lebih dari 1.200 konten di seluruh akun komunitas, memperlihatkan aktivitas yang intensif dan berkelanjutan. Gap penelitian ini menunjukkan perlunya studi empiris yang menghubungkan interaksi budaya global EPL dengan adaptasi lokal di media sosial Indonesia, yang dapat memberikan gambaran data konkret tentang bagaimana penggemar membentuk identitas dan praktik budaya digital melalui kombinasi pengaruh global dan lokal.

Pengamatan terhadap aktivitas komunitas penggemar sepak bola di Indonesia menunjukkan bahwa konten yang diproduksi penggemar sering memadukan elemen global EPL dengan simbol-simbol lokal. Hal ini terlihat dalam penggunaan bahasa Indonesia dalam narasi digital, kreasi meme yang relevan dengan konteks sosial setempat, serta referensi budaya lokal yang dimasukkan ke dalam konten

visual dan teks. Aktivitas ini mencerminkan partisipasi aktif penggemar dalam membangun identitas komunitas dan menyebarkan budaya fandom yang khas, bukan sekadar mengikuti konten global secara pasif. Studi Rahayuningsih & Setiawan (2023) menegaskan bahwa komunitas digital penggemar di Indonesia aktif dalam mengelola konten media, berinteraksi melalui komentar dan diskusi daring, serta menciptakan ruang komunikasi yang memperkuat solidaritas penggemar. Dengan demikian, praktik digital ini memperlihatkan proses hybridisasi budaya, di mana unsur global dan lokal diintegrasikan secara kreatif untuk membentuk pengalaman fandom yang unik di media sosial.

Proses hybridisasi budaya semakin diperkuat melalui penggunaan media sosial sebagai platform interaktif. Penggemar EPL Indonesia memanfaatkan X untuk memproduksi konten kreatif, berbagi video highlights, meme, dan komentar yang menggabungkan simbol-simbol budaya global dengan elemen lokal. Aktivitas ini menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk dan menyebarkan budaya fandom di komunitas mereka. Studi Rahayuningsih & Setiawan (2023) menegaskan bahwa komunitas penggemar di Indonesia aktif dalam mengelola konten, berinteraksi melalui diskusi daring, dan memperkuat identitas kolektif penggemar melalui media sosial. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai arena produksi budaya yang mempercepat integrasi antara unsur global dan lokal dalam pengalaman fandom digital.

Dengan demikian, studi ini menekankan pentingnya memahami fandom sepak bola digital di Indonesia dari perspektif empiris berbasis observasi dan literatur yang ada. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi daring memungkinkan penggemar membentuk identitas kolektif, memproduksi budaya fandom yang unik, dan menggabungkan elemen budaya global EPL dengan simbol lokal (Rahayuningsih & Setiawan, 2023; Randles, 2021). Aktivitas penggemar yang terekam melalui posting, komentar, dan diskusi daring memperlihatkan partisipasi aktif dalam komunitas digital, yang mencerminkan adaptasi dan kreativitas dalam mengintegrasikan unsur global dan lokal. Fenomena ini menegaskan bahwa hybridisasi budaya bukan sekadar konsep teoretis, tetapi tercermin dalam praktik nyata penggemar, termasuk produksi konten, interaksi sosial, dan pembentukan identitas digital. Dengan demikian, penelitian ini menyediakan dasar yang valid untuk melihat dinamika identitas dan budaya fandom EPL di media sosial Indonesia, mencakup adaptasi, inovasi, dan integrasi budaya global-lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan utama yaitu bagaimana interaksi antara unsur budaya global *Premier League* dan praktik lokal terjadi di kalangan komunitas sepak bola di media sosial X Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika identitas dan budaya fandom penggemar *Premier League* di media sosial, khususnya oleh komunitas penggemar yang berbasis di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini ingin memahami bagaimana interaksi digital antar penggemar, praktik budaya fandom, dan representasi konten klub mencerminkan proses homogenisasi dan hibridisasi budaya. Penelitian ini juga berupaya menjelaskan bagaimana pengaruh budaya global dan adaptasi lokal membentuk praktik, simbol, dan narasi fandom di ranah digital. Dengan menelaah dinamika ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial sebagai arena interaksi budaya global-lokal, serta kontribusinya terhadap pembentukan identitas penggemar dan praktik budaya yang unik di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan teoritis dalam memperluas pemahaman mengenai peran komunitas fandom sebagai arena interaksi budaya global-lokal, khususnya dalam konteks identitas dan praktik budaya penggemar *Premier League* di media sosial. Dengan menempatkan komunitas penggemar di Indonesia sebagai fokus kajian, studi ini memperkaya kajian komunikasi budaya dan sosiologi olahraga yang selama ini lebih banyak menekankan pada interaksi antar aktor media atau media arus utama, sehingga memberikan perspektif baru tentang bagaimana praktik fandom dapat menjadi medium adaptasi budaya global melalui proses homogenisasi dan hibridisasi.

Di sisi lain, kegunaan praktis penelitian ini terletak pada penyediaan wawasan bagi akademisi, pengelola komunitas digital, dan praktisi media sosial tentang bagaimana perilaku dan interaksi penggemar dapat mencerminkan dan memengaruhi praktik budaya global-lokal secara nyata. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak klub, lembaga olahraga, atau pembuat kebijakan terkait strategi *engagement* digital dengan penggemar, sekaligus menunjukkan bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang di mana budaya global diadaptasi, dimodifikasi, dan dikontekstualisasikan dalam lingkungan lokal, khususnya di Indonesia.

1.5 Literature Review

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, studi mengenai fandom sepak bola di media sosial telah banyak mengungkapkan berbagai dinamika yang terjadi dalam interaksi antara penggemar, klub, dan konten sepak bola. Sebagai contoh, Dashti, Haynes, dan Murad (2022) dalam penelitian mereka mengenai pengaruh media globalisasi terhadap sepak bola Inggris menunjukkan bagaimana kompetisi seperti *Premier League* (EPL) mampu menjangkau audiens global melalui media televisi berbayar dan platform digital. Media global ini tidak hanya memfasilitasi akses tontonan, tetapi juga memengaruhi cara penggemar di berbagai negara mengonsumsi dan berinteraksi dengan sepak bola. Pengaruh media digital terhadap fandom sepak bola sangat besar, karena media sosial memungkinkan penggemar untuk berinteraksi secara langsung dengan klub, pemain, dan sesama

penggemar, yang sebelumnya hanya terbatas pada pengalaman pasif menonton pertandingan di televisi.

Penelitian ini membuka pemahaman tentang bagaimana media sosial memberikan ruang bagi penggemar untuk tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam produksi konten. Randles (2021) dalam studinya tentang “New ‘Glocal’ Players” menekankan bahwa media yang diproduksi oleh penggemar sepak bola di era digital telah menjadi fenomena yang semakin berkembang. Penggemar sepak bola tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga produsen konten yang berkompetisi untuk menyuarakan identitas mereka melalui berbagai platform media sosial. Dalam konteks ini, penggemar EPL di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, tidak hanya terlibat dalam konsumsi konten yang diproduksi oleh media mainstream, tetapi juga memproduksi narasi dan budaya mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan teori hybridisasi budaya, yang mengemukakan bahwa budaya global tidak diterima begitu saja, melainkan diadaptasi dan dipadu dengan budaya lokal untuk menciptakan bentuk budaya baru yang khas.

Fenomena ini sangat relevan dalam konteks penggemar sepak bola di Indonesia, yang merupakan negara dengan komunitas penggemar sepak bola yang sangat aktif di media sosial. Rahayuningsih dan Setiawan (2023) dalam penelitian mereka tentang manajemen media komunitas berbasis fans sepak bola di Indonesia menjelaskan bahwa komunitas digital penggemar sepak bola tidak hanya mengikuti konten dari klub-klub luar negeri, tetapi juga aktif dalam memproduksi konten

sendiri. Penggemar sepak bola Indonesia memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas, berbagi konten kreatif, dan berinteraksi dalam komunitas yang melibatkan berbagai aspek sosial dan budaya. Komunitas ini, dengan menggunakan media sosial, membentuk sebuah ruang budaya yang sangat dinamis, di mana penggemar dapat berbagi opini, mendiskusikan taktik, serta menyebarkan meme atau chants yang memiliki ciri khas mereka sendiri. Aktivitas ini menunjukkan bagaimana fandom sepak bola telah berkembang menjadi sebuah budaya digital yang melampaui sekadar dukungan terhadap klub, tetapi menjadi sebuah identitas yang hidup dan terus berkembang dalam ruang digital.

Lebih lanjut, fenomena ini mencerminkan bagaimana globalisasi media, yang membawa konten sepak bola dari luar negeri, bertemu dengan budaya lokal di Indonesia. Fenomena yang terjadi di Indonesia bisa dilihat sebagai bentuk adaptasi budaya global yang disesuaikan dengan konteks lokal. Abiyyu (2023) mengemukakan dalam penelitiannya tentang etnosentrisme dalam interaksi antarbudaya di platform digital bahwa penggemar sepak bola di Indonesia, meskipun terpapar oleh budaya global, tetap mempertahankan nilai-nilai dan simbol-simbol budaya lokal dalam cara mereka mengonsumsi dan memproduksi konten. Hal ini terlihat dalam penggunaan bahasa lokal dalam diskusi online, serta penyebaran simbol atau meme yang memiliki makna khusus dalam konteks budaya Indonesia. Oleh karena itu, globalisasi tidak selalu mengarah pada homogenisasi budaya, tetapi lebih kepada proses hybridisasi yang menghasilkan bentuk-bentuk budaya baru yang khas.

Proses hybridisasi budaya ini semakin jelas terlihat dalam interaksi penggemar di media sosial, di mana mereka memadukan elemen-elemen global dari fandom sepak bola, seperti chant, jersey, atau simbol-simbol klub, dengan elemen-elemen lokal yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Seperti yang ditunjukkan oleh Syahputra (2016), fandom sepak bola bukan hanya tentang mendukung klub atau tim, tetapi juga tentang bagaimana penggemar mengkonstruksi identitas mereka melalui konsumsi media dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, identitas penggemar bukan hanya dibentuk oleh media mainstream, tetapi juga oleh interaksi yang terjadi di ruang digital. Penggemar sepak bola di Indonesia, misalnya, menggabungkan elemen-elemen dari budaya Indonesia dalam cara mereka mendukung tim favorit mereka, sehingga tercipta sebuah budaya fandom yang sangat lokal namun tetap berhubungan dengan budaya global.

Melihat dinamika yang terjadi dalam fandom sepak bola digital di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa interaksi antara budaya global dan lokal menciptakan sebuah ruang budaya yang baru dan dinamis. Hal ini juga sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh H. Aziz (2022), yang menunjukkan bahwa fanatisme penggemar sepak bola di Indonesia tidak hanya terkait dengan aspek emosional dan psikologis, tetapi juga dengan bagaimana mereka berinteraksi dengan budaya global melalui media sosial. Di satu sisi, penggemar tetap terikat dengan identitas budaya lokal mereka, tetapi di sisi lain mereka juga terlibat dalam budaya global yang dipengaruhi oleh media sosial dan media mainstream. Oleh karena itu, fandom sepak bola di Indonesia tidak hanya merupakan hasil dari pengaruh budaya global,

tetapi juga hasil dari negosiasi yang terjadi antara budaya lokal dan global yang dihadirkan melalui media sosial.

Dengan demikian, penelitian tentang fandom sepak bola di media sosial di Indonesia dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana budaya global dan lokal berinteraksi dalam dunia digital. Proses ini, yang melibatkan produksi konten oleh penggemar, perubahan identitas budaya, serta penggunaan media sosial sebagai ruang untuk berinteraksi, menciptakan sebuah bentuk fandom yang unik dan khas. Studi-studi yang ada, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana penggemar sepak bola di Indonesia, meskipun terpapar pada budaya global melalui media sosial, tetap mempertahankan identitas dan nilai-nilai lokal mereka. Penelitian lebih lanjut mengenai fenomena ini akan sangat penting untuk memahami lebih jauh tentang bagaimana globalisasi dan digitalisasi memengaruhi budaya lokal, serta bagaimana interaksi sosial dalam ruang digital membentuk identitas penggemar sepak bola yang semakin kompleks.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Kerangka Pemikiran

Hibridisasi budaya adalah konsep yang dikembangkan dalam studi globalisasi untuk menjelaskan bagaimana budaya lokal berinteraksi dengan budaya global dan menciptakan bentuk-bentuk budaya baru yang khas dan unik. Nederveen Pieterse (1994) memandang globalisasi tidak hanya melalui paradigma homogenisasi, tetapi juga sebagai proses hibridisasi

yang menghasilkan bentuk-bentuk campuran atau *mélange*. Dalam konteks budaya, hibridisasi menekankan percampuran budaya dan berkembangnya *translocal mélange cultures*. Kerangka tersebut dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pertemuan unsur budaya global *Premier League* dengan praktik komunikasi lokal komunitas penggemar di Indonesia. Dalam penelitian ini, hibridisasi budaya digunakan untuk mengamati bagaimana penggemar sepak bola di Indonesia mengonsumsi dan memproduksi budaya sepak bola global yang berasal dari EPL (English Premier League) melalui media sosial, serta bagaimana mereka mengadaptasi elemen-elemen global tersebut ke dalam budaya lokal mereka. Proses hibridisasi ini memungkinkan penggemar sepak bola tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga produsen budaya yang menciptakan bentuk-bentuk budaya baru melalui interaksi mereka dengan elemen-elemen budaya global.

Salah satu aspek utama dari hibridisasi budaya dalam fandom sepak bola adalah kemampuannya untuk menggabungkan elemen-elemen budaya global dengan budaya lokal. Seperti yang dijelaskan oleh Hannerz (1996), globalisasi memungkinkan terjadinya interaksi antar budaya yang berbeda, namun tidak dalam bentuk yang homogen, melainkan dengan adaptasi lokal yang menciptakan keunikan dalam cara orang mengonsumsi dan menanggapi budaya global. Dalam hal ini, penggemar sepak bola di Indonesia mengonsumsi produk budaya global EPL tetapi juga mengintegrasikan elemen-elemen budaya lokal mereka, seperti penggunaan

bahasa Indonesia, referensi budaya lokal, dan humor yang relevan dengan konteks sosial mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana proses hibridisasi ini menghasilkan bentuk-bentuk budaya yang baru dan berbeda, yang mencerminkan interaksi antara budaya global dan lokal.

Media sosial memainkan peran kunci dalam mempercepat proses hibridisasi budaya ini. Dengan adanya platform seperti Instagram, X, dan YouTube, penggemar sepak bola di Indonesia memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan penggemar di seluruh dunia, serta memproduksi konten mereka sendiri. Menurut Castells (2009), media sosial menciptakan ruang bagi individu untuk berinteraksi di luar batasan geografis, memungkinkan terciptanya identitas digital yang berbasis pada pengalaman bersama dalam komunitas global. Dalam konteks fandom sepak bola, media sosial menjadi arena bagi penggemar untuk berbagi konten yang memadukan elemen-elemen budaya global EPL dan budaya lokal Indonesia. Penggemar sepak bola Indonesia tidak hanya mengonsumsi informasi atau konten yang diproduksi oleh media EPL, tetapi mereka juga memodifikasi dan menciptakan konten baru yang sesuai dengan pengalaman lokal mereka, seperti meme, chant, dan diskusi yang menggunakan bahasa Indonesia dan mengandung elemen-elemen lokal.

Identitas digital penggemar sepak bola di media sosial juga dapat dianalisis melalui lensa hibridisasi budaya. Hall (1996) menjelaskan bahwa identitas budaya adalah sesuatu yang dinamis dan dibentuk melalui proses interaksi sosial, yang dalam konteks digital mencakup penggunaan media

sosial untuk menampilkan dan mengkreasikan diri. Identitas digital penggemar sepak bola Indonesia terbentuk melalui perpaduan antara identifikasi mereka dengan klub-klub EPL dan cara mereka mengadaptasi budaya tersebut ke dalam konteks budaya lokal. Penggemar Indonesia menggunakan media sosial untuk mengkreasikan identitas digital mereka, yang mencerminkan afiliasi mereka dengan klub sepak bola sekaligus menggambarkan kebudayaan dan kehidupan sehari-hari yang lebih relevan secara lokal. Hal ini menunjukkan bagaimana identitas digital bukan hanya hasil dari konsumsi budaya global, tetapi juga merupakan hasil dari produksi budaya yang melibatkan penyesuaian dan kreativitas dalam menggabungkan budaya global dan lokal.

Praktik budaya digital yang muncul dalam fandom sepak bola Indonesia lebih dari sekadar konsumsi media, tetapi juga menciptakan ruang bagi produksi media oleh penggemar itu sendiri. Randles (2021) menyoroti pentingnya fan-produced media dalam memperkaya ekosistem media global, di mana penggemar bukan hanya menerima budaya yang disajikan, tetapi juga aktif dalam memproduksi dan menyebarkan budaya mereka sendiri. Di Indonesia, penggemar sepak bola menggunakan media sosial untuk menciptakan meme, video, dan konten kreatif lainnya yang menggabungkan elemen-elemen budaya global EPL dengan elemen-elemen lokal yang khas. Media sosial memberikan kebebasan bagi penggemar untuk mengekspresikan identitas mereka dengan cara yang unik,

menciptakan bentuk budaya baru yang merupakan hasil dari interaksi antara budaya global dan budaya lokal.

Komunitas digital penggemar sepak bola di Indonesia menjadi contoh nyata dari hibridisasi budaya, di mana penggemar tidak hanya mengikuti budaya global EPL, tetapi juga menciptakan budaya fandom mereka sendiri yang berakar pada budaya lokal. Rahayuningsih dan Setiawan (2023) mengungkapkan bahwa komunitas penggemar sepak bola di Indonesia mengembangkan identitas kolektif yang berlandaskan pada penggabungan budaya global dan lokal. Mereka menggunakan media sosial untuk berbagi konten yang menggambarkan identitas mereka sebagai penggemar sepak bola yang unik, serta memperkenalkan simbol-simbol budaya Indonesia dalam konteks global EPL. Dalam hal ini, hibridisasi budaya terjadi dalam kedua arah—budaya global menginspirasi penggemar, namun penggemar juga menyesuaikan dan menciptakan bentuk budaya baru yang mencerminkan nilai-nilai lokal.

Fenomena ini menggambarkan bagaimana globalisasi dan lokalisasi tidak hanya menghasilkan keseragaman budaya, tetapi juga memungkinkan terciptanya budaya yang beragam dan khas. Seperti yang dijelaskan oleh Appadurai (1996), meskipun globalisasi membawa elemen-elemen budaya dari pusat-pusat kekuatan global ke berbagai negara, hal ini juga menciptakan ruang bagi terjadinya variasi dan adaptasi budaya di tingkat lokal. Dalam hal ini, penggemar sepak bola di Indonesia menciptakan bentuk fandom digital yang unik, yang menggabungkan unsur-unsur dari

EPL dengan simbol, bahasa, dan nilai-nilai lokal. Hal ini tidak hanya memperkaya budaya digital di Indonesia, tetapi juga menunjukkan bahwa globalisasi budaya tidak hanya mengarah pada homogenisasi, melainkan juga pada terbentuknya identitas budaya yang beragam.

Secara keseluruhan, teori hibridisasi budaya memberikan kerangka yang efektif untuk menggambarkan bagaimana fandom sepak bola di media sosial di Indonesia mencerminkan interaksi antara budaya global EPL dan budaya lokal. Proses hibridisasi ini tidak hanya melibatkan konsumsi budaya global, tetapi juga memproduksi budaya baru yang menggabungkan elemen-elemen budaya global dan lokal. Dengan demikian, globalisasi tidak hanya menghasilkan budaya yang homogen, tetapi juga memberikan ruang bagi terjadinya heterogenisasi budaya yang menciptakan bentuk-bentuk budaya baru yang khas dan relevan dengan konteks lokal.

1.7 Operasionalisasi Konsep

1.7.1 Definisi Konseptual

1.7.1.1 Fandom Sepak Bola

Fandom sepak bola dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk keterikatan sosial dan budaya yang terbentuk di sekitar klub, pemain, kompetisi, simbol, sejarah, serta praktik dukungan terhadap sepak bola. Dalam perkembangan media digital, fandom tidak hanya berkaitan dengan aktivitas mengonsumsi pertandingan atau informasi klub, tetapi juga melibatkan partisipasi dalam produksi, penyebaran, dan pemakaian konten yang berkaitan dengan klub yang didukung (Jenkins, 2006). Dalam konteks

Premier League, fandom dapat berkembang secara transnasional karena penggemar yang berada di luar Inggris tetap dapat mempertahankan keterhubungan dengan klub melalui media, simbol klub, komunikasi digital, dan aktivitas komunitas. Pada media sosial, keterikatan tersebut dapat direpresentasikan melalui berbagai bentuk konten, seperti penyebaran informasi klub, ekspresi dukungan, komentar terhadap pertandingan, rivalitas, penggunaan simbol, maupun komunikasi antaranggota komunitas. Dengan demikian, fandom sepak bola dalam penelitian ini dipahami sebagai praktik sosial dan budaya yang memungkinkan afiliasi terhadap klub global dibentuk, dipertahankan, dan direpresentasikan melalui aktivitas komunikasi komunitas, termasuk dalam ruang media sosial.

1.7.1.2 Hibridisasi Budaya

Hibridisasi budaya dalam penelitian ini dipahami sebagai proses percampuran budaya yang berlangsung dalam konteks globalisasi dan memungkinkan munculnya bentuk-bentuk budaya campuran. Nederveen Pieterse (1994) mengkritik pemahaman globalisasi yang hanya menekankan homogenisasi dan menawarkan perspektif globalisasi sebagai hibridisasi, termasuk hibridisasi budaya yang berkaitan dengan berkembangnya *translocal mélange cultures*. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa hubungan budaya dalam globalisasi tidak harus dipahami hanya sebagai peningkatan keseragaman, tetapi juga dapat dianalisis melalui pertemuan dan percampuran unsur-unsur budaya yang berasal dari konteks berbeda. Dalam penelitian ini, konsep hibridisasi digunakan sebagai kerangka untuk

memahami kemungkinan pertemuan antara unsur budaya global *Premier League* dengan unsur bahasa, ekspresi, referensi sosial, dan praktik komunitas yang berkembang dalam konteks Indonesia.

1.7.1.3 Media Sosial X

Media sosial X dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan informasi dan konten diproduksi, disebar, serta dipertukarkan melalui jaringan pengguna. Perkembangan media digital telah memperluas produksi dan konsumsi media olahraga karena konten tidak hanya berasal dari organisasi olahraga dan media konvensional, tetapi juga dapat diproduksi dan diedarkan oleh penggemar maupun komunitas dalam lingkungan *networked media sport* (Hutchins & Rowe, 2012). Dalam konteks fandom sepak bola, karakter tersebut memungkinkan komunitas mengikuti perkembangan klub, menyampaikan informasi, memberikan komentar, serta menampilkan berbagai bentuk ekspresi yang berkaitan dengan afiliasi fandom. Oleh karena itu, X dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang digital tempat aktivitas komunikasi komunitas penggemar *Premier League* dapat diamati sekaligus sebagai medium yang memungkinkan pertemuan antara arus informasi sepak bola global dan konteks komunikasi penggemar di Indonesia.

1.7.1.4 Identitas Digital

Identitas fandom digital dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk representasi afiliasi terhadap klub dan komunitas yang ditampilkan melalui aktivitas komunikasi di ruang digital. Identitas tidak dipahami

sebagai sesuatu yang bersifat tetap, melainkan sebagai sesuatu yang dibentuk dan direpresentasikan melalui proses sosial, penggunaan simbol, bahasa, narasi, dan praktik tertentu (Hall, 1996). Dalam konteks fandom sepak bola, identitas dapat direpresentasikan melalui pengetahuan mengenai klub, penggunaan simbol dan sejarah klub, ekspresi emosional, rivalitas, aktivitas komunitas, maupun bentuk keterlibatan lain yang menunjukkan posisi sebagai pendukung. Dengan demikian, identitas fandom digital digunakan untuk memahami bagaimana afiliasi terhadap klub *Premier League* direpresentasikan oleh komunitas penggemar melalui aktivitas dan konten yang dipublikasikan di media sosial.

1.7.2 Definsi Operasional

1.7.2.1 Fandom Sepak Bola

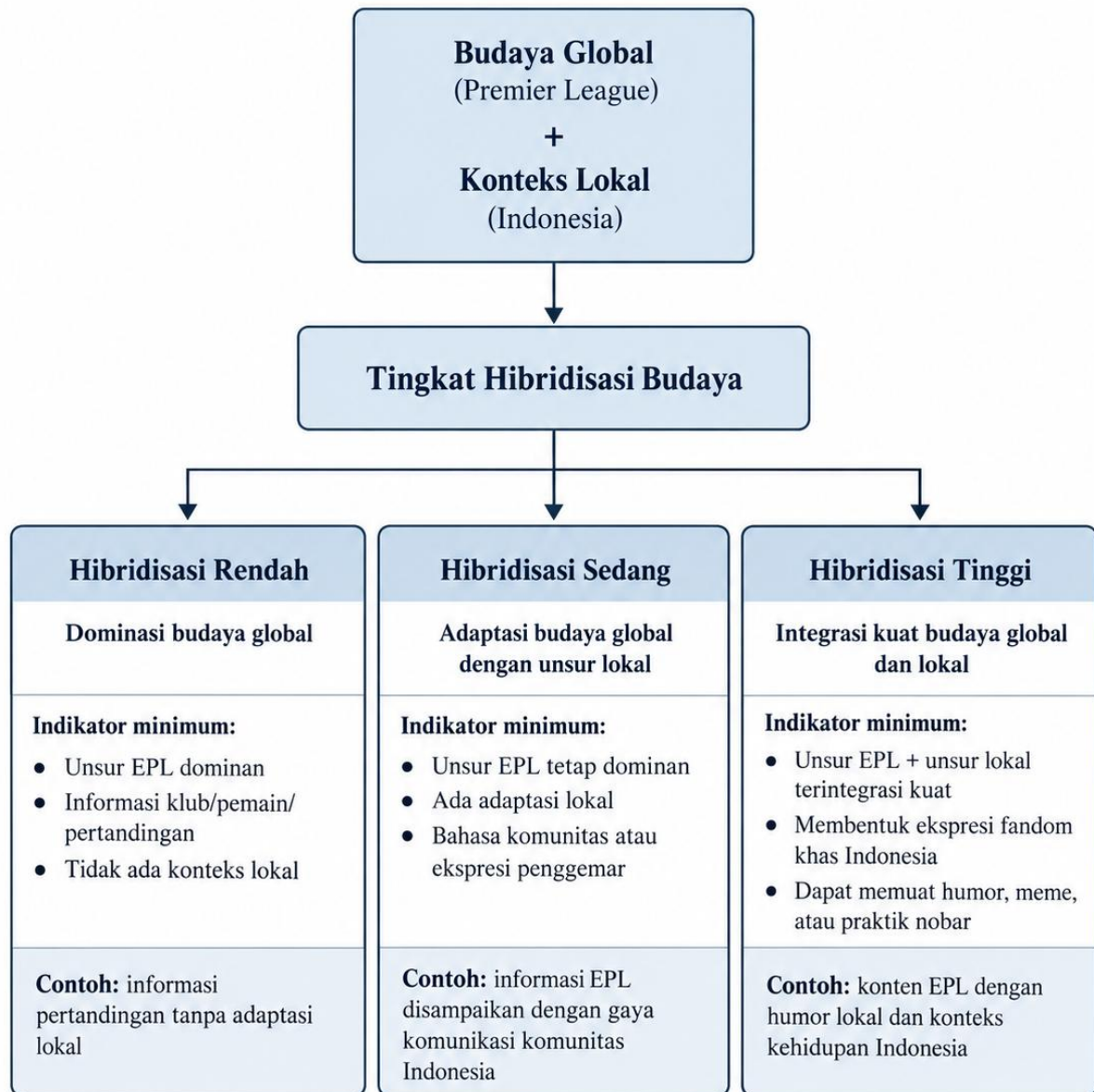
Secara operasional, fandom sepak bola diamati melalui unggahan yang dipublikasikan oleh akun komunitas penggemar *Premier League* di Indonesia pada platform X dan memenuhi kriteria pemilihan data penelitian. Sebuah unggahan diperlakukan sebagai representasi fandom apabila memuat informasi atau ekspresi yang berkaitan dengan klub, pemain, pertandingan, transfer, simbol, sejarah, rivalitas, dukungan emosional, maupun aktivitas komunitas, sejalan dengan pandangan bahwa fandom dalam budaya media tidak hanya berkaitan dengan konsumsi tetapi juga partisipasi dalam produksi dan sirkulasi makna (Jenkins, 2006). Penetapan unggahan sebagai unit analisis dilakukan dengan memisahkan materi ke dalam unit pengodean yang jelas agar setiap konten dapat diklasifikasikan

secara sistematis dalam analisis isi kualitatif (Schreier, 2012), sementara teks dan elemen visual yang menyertainya dibaca sebagai bagian dari konteks praktik komunitas digital sesuai dengan pendekatan netnografi (Kozinets, 2019). Dengan demikian, fandom dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui representasi yang dapat diamati pada konten akun komunitas dan tidak digunakan untuk mengukur tingkat fanatisme atau kondisi psikologis individu penggemar.

1.7.2.2 Hibridisasi Budaya

Secara operasional, konsep hibridisasi budaya dalam penelitian ini mengacu pada perspektif Nederveen Pieterse (1994) yang memahami globalisasi sebagai proses hibridisasi dan perkembangan bentuk budaya *mélange* melalui pertemuan berbagai unsur budaya. Dalam penelitian ini, hibridisasi budaya diamati melalui identifikasi hubungan antara unsur budaya global *Premier League* dan unsur lokal Indonesia yang muncul dalam unggahan komunitas penggemar di media sosial X. Dalam penelitian ini, unsur global dipahami sebagai representasi budaya *Premier League* yang memiliki keterhubungan dengan identitas, praktik, dan narasi sepak bola Inggris yang telah mengalami proses penyebaran melalui media dan jaringan sepak bola global. Identifikasi unsur global dilakukan melalui beberapa aspek, yaitu identitas klub, pemain, pertandingan, transfer, simbol klub, sejarah, rivalitas, serta terminologi sepak bola yang berkaitan dengan *Premier League*. Unsur lokal diamati melalui bahasa Indonesia, slang atau humor, referensi waktu, lokasi atau media Indonesia, serta aktivitas

komunitas yang berlangsung dalam konteks Indonesia. Untuk membantu pengodean dan perbandingan data secara sistematis, penelitian ini menyusun *coding frame* dengan mengacu pada prinsip kategorisasi dalam analisis isi kualitatif (Schreier, 2012). Berdasarkan kerangka konseptual hibridisasi budaya dan kebutuhan operasionalisasi konsep dalam penelitian ini, peneliti kemudian membedakan tingkat hibridisasi ke dalam tiga kategori, yaitu hibridisasi rendah apabila unsur global masih dominan dengan penyesuaian lokal minimal, hibridisasi sedang apabila unsur global mengalami penerjemahan atau kontekstualisasi dalam konteks lokal, dan hibridisasi tinggi apabila terdapat percampuran yang lebih kuat antara unsur global dengan ekspresi, referensi sosial, ruang-waktu, atau praktik komunitas lokal. Perbedaan tersebut tidak dimaksudkan untuk membandingkan penggemar Inggris dan Indonesia sebagai dua populasi penelitian, tetapi untuk menjadikan konteks asal *Premier League* sebagai titik referensi dalam mengidentifikasi bentuk rekontekstualisasi yang muncul pada komunitas penggemar Indonesia.



Bagan 1.1 Operasionalisasi Tingkat Hibridisasi

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan Nederveen Pieterse (1994), Giulianotti dan Robertson (2004), serta Schreier (2012).

1.7.2.3 Media Sosial X

Secara operasional, media sosial dalam penelitian ini dibatasi pada platform X sebagai situs pengamatan terhadap konten yang dipublikasikan

oleh enam akun komunitas penggemar *Premier League* yang menjadi sumber data penelitian. Pemilihan platform digital sebagai ruang penelitian didasarkan pada karakter media sosial yang memungkinkan pengguna membentuk profil, menampilkan hubungan dalam jaringan, serta berkomunikasi melalui sistem berbasis web (boyd & Ellison, 2007), sementara pendekatan netnografi memungkinkan praktik dan budaya komunitas daring dipelajari sebagai fenomena sosial dalam konteks digital (Kozinets, 2019). Setiap unggahan diamati dengan memperhatikan identitas akun, waktu publikasi, isi teks, elemen visual, tautan, bentuk konten, penggunaan bahasa, serta ekspresi yang berkaitan dengan fandom dan hubungan global-lokal; unggahan ulang tanpa tambahan makna tidak diprioritaskan, sedangkan *quote post* dapat digunakan apabila terdapat tambahan komentar, penilaian, humor, atau pemaknaan dari akun komunitas. Pemilihan platform X dalam penelitian ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan karakter data yang dibutuhkan untuk menganalisis praktik komunikasi fandom sepak bola. Studi Price, Farrington, dan Hall (2013) menunjukkan bahwa Twitter membuka bentuk komunikasi langsung antara klub sepak bola dan penggemar, sedangkan Burgers et al. (2023) memperlihatkan bahwa *live commentary* di Twitter dapat digunakan untuk mengamati dinamika komunikasi dalam konteks sepak bola. Oleh karena itu, dibandingkan Instagram atau media sosial lainnya, X dipilih karena lebih sesuai dengan fokus penelitian yang menempatkan teks, bahasa, narasi, dan rekontekstualisasi informasi sebagai unit utama untuk

mengidentifikasi hubungan antara budaya global *Premier League* dan konteks lokal Indonesia. Dengan demikian, X dioperasionalkan sebagai situs digital tempat penyebaran informasi, representasi fandom, dan kemungkinan pertemuan antara unsur budaya global *Premier League* dengan konteks komunikasi Indonesia dapat diamati secara sistematis.

1.7.2.4 Identitas Sosial

Secara operasional, identitas fandom digital diamati melalui bentuk representasi afiliasi terhadap klub dan komunitas yang paling menonjol dalam setiap unggahan, dengan pemahaman bahwa identitas dibentuk dan direpresentasikan melalui proses sosial serta praktik pemaknaan (Hall, 1996). Untuk memungkinkan materi kualitatif diklasifikasikan secara sistematis melalui kerangka pengodean (Schreier, 2012), penelitian ini membedakan identitas fandom ke dalam kategori informasional untuk konten yang menampilkan pengetahuan dan perkembangan klub, emosional untuk ekspresi keterikatan terhadap klub, rivalitas untuk perbedaan dan respons terhadap klub lawan, serta kolektif/komunitas untuk konten yang menampilkan keanggotaan dan kebersamaan komunitas. Kategori lainnya meliputi historis/warisan untuk representasi sejarah dan memori klub, komersial untuk atribut atau produk yang berkaitan dengan afiliasi klub, dan evaluatif/opini untuk penilaian terhadap pemain, pelatih, pertandingan, atau kondisi klub. Kategori tersebut berfungsi sebagai perangkat analitis untuk mengidentifikasi bentuk identitas yang direpresentasikan dalam unggahan komunitas dan tidak digunakan untuk menentukan kondisi psikologis

individu maupun menggeneralisasikan karakter seluruh penggemar *Premier League* di Indonesia.

1.8 Argumen Penelitian

Penelitian ini berargumen bahwa fenomena fandom sepak bola di media sosial khususnya dalam konteks Indonesia, dapat dijelaskan melalui konsep hibridisasi budaya, di mana penggemar sepak bola tidak hanya mengonsumsi budaya global EPL, tetapi juga mengadaptasi dan mengubahnya sesuai dengan nilai-nilai dan praktik budaya lokal mereka. Proses hibridisasi ini berpotensi menghasilkan bentuk-bentuk budaya fandom yang unik, yang mencerminkan perpaduan antara elemen-elemen global dan lokal. Argumen penelitian ini berlandaskan pada pandangan Nederveen Pieterse bahwa globalisasi tidak memadai apabila hanya dipahami sebagai homogenisasi. Sebaliknya, globalisasi juga dapat dipahami melalui hibridisasi, yaitu proses yang berkaitan dengan terbentuknya budaya *mélange* melalui percampuran budaya. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini berargumen bahwa penyebaran budaya *Premier League* di Indonesia dapat berlangsung bersamaan dengan munculnya variasi ekspresi lokal dalam komunitas penggemar. Dalam konteks media sosial, penggemar sepak bola di Indonesia, misalnya, memanfaatkan platform seperti X untuk berbagi konten yang menggabungkan simbol-simbol dan praktik budaya EPL dengan unsur-unsur budaya Indonesia, seperti bahasa lokal dan referensi sosial. Dengan demikian, penggemar sepak bola tidak hanya mengikuti budaya global secara pasif, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk identitas digital mereka dan menciptakan budaya fandom yang

bersifat lokal, namun tetap terhubung dengan budaya global. Argumen ini menunjukkan bahwa interaksi antara budaya global dan lokal tidak hanya menghasilkan homogenisasi, melainkan juga mendorong terbentuknya identitas baru yang berakar pada kedua budaya tersebut.

1.9 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi non partisipatif untuk memahami dinamika budaya dan identitas fandom sepak bola *Premier League* di media sosial. Netnografi dipilih karena memungkinkan peneliti memahami interaksi sosial dan praktik budaya dalam komunitas digital tanpa melakukan wawancara langsung, melainkan melalui observasi terhadap aktivitas online yang terekam secara alami. Data penelitian diperoleh dari konten media sosial seperti X yang mencakup postingan, komentar, meme, dan diskusi dari komunitas penggemar klub EPL di Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan dengan mendokumentasikan aktivitas digital yang relevan dengan fokus penelitian. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif dengan pengodean tematik untuk mengidentifikasi pola identitas digital, praktik budaya fandom, serta interaksi antara unsur budaya global *Premier League* dan konteks lokal Indonesia. Hasil pengkajian data kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori hibridisasi budaya untuk memahami bagaimana identitas digital penggemar terbentuk dalam ruang media sosial. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menghasilkan gambaran empiris mengenai praktik fandom tanpa bergantung pada data langsung.

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan pendekatan netnografi untuk memahami dinamika identitas dan budaya fandom sepak bola *Premier League* (EPL) Indonesia di media sosial. Tipe penelitian ini dipilih karena penelitian berfokus pada penggambaran dan pemahaman terhadap fenomena sosial yang berkembang dalam komunitas digital, khususnya terkait proses pembentukan identitas penggemar dan praktik budaya fandom. Pendekatan netnografi digunakan karena fenomena yang dikaji berlangsung dalam ruang digital, sehingga memungkinkan penelitian memahami aktivitas komunitas daring sebagai bagian dari praktik budaya kontemporer. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya melihat bagaimana interaksi antara budaya global EPL dan konteks lokal Indonesia membentuk ekspresi fandom yang khas di media sosial.

1.9.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media sosial yang menjadi situs utama interaksi antara penggemar sepak bola di komunitas sepak bola Indonesia. Fokus utama penelitian adalah pada platform digital seperti kolom komentar X yang banyak digunakan oleh penggemar untuk berbagi konten, berdiskusi, dan menunjukkan dukungan mereka terhadap klub sepak bola, khususnya EPL. Platform-platform ini dipilih karena peranannya yang signifikan dalam membentuk identitas digital penggemar dan dalam menciptakan ruang bagi interaksi sosial yang melampaui batasan geografis.

Selain itu, Indonesia dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki basis penggemar sepak bola yang besar dan aktif di media sosial, dengan penetrasi internet dan penggunaan media sosial yang sangat tinggi. Oleh karena itu, situs penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam tentang bagaimana hibridisasi budaya berlangsung antara budaya global EPL dan budaya lokal Indonesia di dunia maya.

1.9.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini melibatkan enam komunitas penggemar sepak bola yang berbasis di Indonesia, yang aktif di media sosial dan mewakili klub-klub sepak bola dari Liga Premier Inggris (EPL). Komunitas-komunitas yang akan diteliti adalah United Army Indonesia (komunitas penggemar Manchester United), The Reds Indonesia (komunitas penggemar Liverpool), MCSC Indonesia (komunitas penggemar Manchester City), ID Gooners (komunitas penggemar Arsenal), Chel Indo (komunitas penggemar Chelsea), dan Indo Spurs (komunitas penggemar Tottenham Hotspur). Klub yang diwakili oleh komunitas tersebut merupakan klub-klub yang memiliki sejarah panjang dalam kompetisi sepak bola Inggris serta memiliki pendukung internasional yang luas, serta termasuk klub dengan pencapaian kompetitif yang signifikan dalam era *Premier League*. Melalui komunitas-komunitas ini, penelitian akan menggali bagaimana penggemar menggabungkan elemen-elemen budaya global EPL dengan nilai-nilai dan praktik budaya lokal, serta bagaimana mereka berinteraksi dalam ruang digital untuk membentuk identitas fandom

yang khas. Dengan menganalisis interaksi dan produksi konten oleh anggota komunitas, penelitian ini bertujuan untuk memahami proses hibridisasi budaya yang terjadi di antara penggemar sepak bola di Indonesia.

1.9.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali fenomena fandom sepak bola di media sosial dan proses hibridisasi budaya yang terjadi antara budaya global EPL dan budaya lokal Indonesia. Data yang dikumpulkan berupa konten digital yang dihasilkan oleh anggota komunitas penggemar sepak bola di media sosial. Ini mencakup posting, komentar, meme, video, dan diskusi daring yang terkait dengan klub sepak bola EPL yang didukung oleh komunitas-komunitas penggemar di Indonesia. Data ini akan dijadikan sumber untuk mengidentifikasi pola-pola yang mencerminkan perpaduan antara elemen-elemen budaya global dan lokal dalam pembentukan identitas fandom.

1.9.5 Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari platform media sosial yang digunakan oleh komunitas penggemar sepak bola, yaitu X. Platform-platform ini dipilih karena peranannya yang signifikan dalam interaksi antara penggemar sepak bola dan penyebaran konten budaya fandom. Data sekunder akan diperoleh dengan melihat konten digital yang diunggah oleh penggemar dari enam komunitas sepak bola yang dipilih,

yaitu United Army Indonesia, The Reds Indonesia, MCSC Indonesia, ID Gooners, Chel Indo, dan Indo Spurs. Analisis konten ini akan fokus pada cara-cara penggemar menghasilkan dan berbagi simbol-simbol budaya yang berkaitan dengan EPL dan bagaimana mereka mengadaptasi elemen-elemen budaya tersebut untuk mencerminkan identitas lokal mereka.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi terhadap konten digital pada platform media sosial seperti X. Data yang dikumpulkan berupa unggahan, komentar, meme, video, dan diskusi daring yang berkaitan dengan komunitas penggemar klub *Premier League* di Indonesia yaitu United Army Indonesia, The Reds Indonesia, MCSC Indonesia, ID Gooners, Chel Indo, dan Indo Spurs. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan identitas digital, praktik budaya fandom, dan bentuk interaksi antara budaya global EPL dengan konteks lokal.

1.9.7 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Data penelitian dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif dengan pengodean tematik. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu menyeleksi data yang sesuai dengan fokus penelitian, membaca dan mengamati data secara berulang, memberikan kode pada unsur-unsur yang relevan, mengelompokkan kode ke dalam kategori, serta menyusun tema berdasarkan pola yang muncul dalam data. Pengodean dilakukan dengan

memperhatikan beberapa kategori awal, yaitu unsur budaya global *Premier League*, unsur budaya lokal, penggunaan bahasa, humor, simbol klub, identitas penggemar, bentuk interaksi komunitas, dan proses adaptasi budaya. Peneliti juga membuka kemungkinan munculnya kategori baru yang belum ditentukan sebelumnya. Tema yang ditemukan kemudian dibandingkan berdasarkan komunitas, jenis konten, dan platform media sosial. Interpretasi data dilakukan dengan menggunakan teori hibridisasi budaya. Teori tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana penggemar mengadopsi, menyesuaikan, dan menggabungkan budaya sepak bola global dengan bahasa, simbol, humor, dan praktik sosial lokal. Melalui proses tersebut, penelitian menghasilkan gambaran deskriptif dan sistematis mengenai dinamika identitas dan budaya fandom *Premier League* di media sosial.

1.9.8 Kualitas Data

Untuk memastikan kualitas data, Pertama, kredibilitas data dilakukan dengan memilih sumber data yang berasal dari komunitas penggemar *Premier League* yang aktif dan relevan dengan fokus penelitian. Data yang digunakan berupa konten digital yang tersedia secara publik pada platform media sosial, sehingga dapat menggambarkan praktik interaksi dan ekspresi budaya fandom secara alami. Kedua, keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai bentuk konten digital, seperti unggahan, komentar, meme, video, dan diskusi daring dari beberapa komunitas penggemar yang berbeda. Perbandingan tersebut

dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai bentuk adaptasi budaya global EPL dalam konteks lokal Indonesia. Ketiga, proses interpretasi data dilakukan secara sistematis dengan menggunakan konsep hibridisasi budaya sebagai kerangka analisis. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pemaknaan terhadap aktivitas digital komunitas penggemar tetap berdasarkan data yang ditemukan dan tidak hanya berdasarkan pandangan subjektif peneliti. Dengan demikian, kualitas data dapat dipertanggungjawabkan dan dapat menggambarkan fenomena yang diteliti secara akurat.