

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepakbola menjadi olahraga populer yang mendominasi di dunia terutama di Indonesia, baik dari segi jumlah penonton maupun keterlibatan di berbagai media sosial (Adhitya, 2024). Di Indonesia, sepakbola telah berkembang menjadi budaya populer yang dinamis dan memicu keterikatan emosional bagi para penggemarnya. Emosi tersebut menciptakan ikatan kuat yang terpolarisasi dalam bentuk kelompok penggemar. Ikatan ini melahirkan budaya baru yang cepat berkembang karena kesamaan minat terhadap sepak bola, meski fenomena ini sering kali bersifat masif - dan penuh fanatisme (Rasyidi, 2021).

Menurut survey yang dilakukan perusahaan riset multinasional Ipsos, diambil dalam databoks menemukan bahwa jumlah presentase penggemar sepakbola di Indonesia pada tahun 2022 mencapai angka 69%. Angka ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan dengan negara-negara lain yang menjadi objek survei. Indonesia melampaui Arab Saudi, yang memiliki proporsi penggemar sepak bola sebesar 67%, serta Uni Emirat Arab dengan 65%. Hal ini juga membuktikan bahwa negara Indonesia memiliki jumlah supporter sepakbola terbesar di dunia.

Presentase Penggemar Sepak Bola Berdasarkan Negara (September 2022)

Nama Data	Nilai
Rata-rata Global	39%
Indonesia	69%
Arab Saudi	67%
Uni Emirat Arab	65%
India	60%
Argentina	51%

Tabel 1. 1 Data Presentase Penggemar Sepakbola Berdasarkan Negara
sumber: databoks

Penggemar sepakbola diidentikan dengan penggemar laki-laki. Sepakbola juga sering dianggap sebagai olahraga yang khas bagi laki-laki, baik dari sisi pemain maupun penggemarnya yang sebagian besar adalah laki-laki. Karena itu, wajar jika semua terkait sepak bola didesain dan dibuat dengan target utama laki-laki (Rusdianto,

2021). Sepakbola dan penggemar sepakbola biasanya identik dengan laki-laki, di mana loyalitas terhadap tim sering diwariskan dari ayah kepada anak (Linden & Linden, 2016). Sejarah dalam asosiasi sepak bola menunjukkan bahwa penonton yang menghargai atau menikmati permainan sepakbola sering kali diasumsikan hanya berasal dari kalangan laki-laki (Pope, 2017).

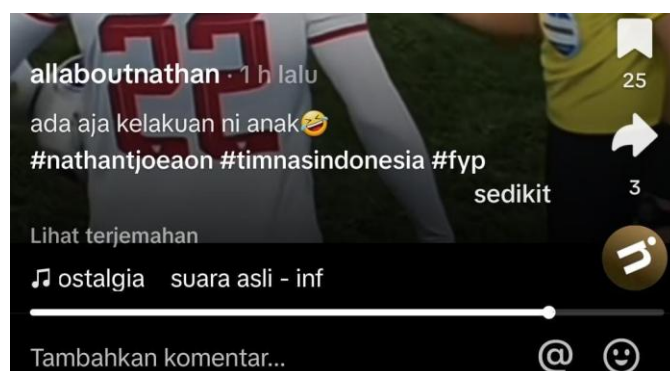
Fenomena menarik muncul belakangan ini, yaitu bahwa pendukung klub sepak bola tidak lagi didominasi oleh kaum laki-laki, melainkan juga mulai diisi dengan kehadiran perempuan. Kerasnya dunia suporter tidak lantas membuat suporter perempuan menjauh. Sebaliknya, mereka justru menepis hal tersebut dan berusaha bergabung dengan supporter pria. Fenomena ini membuat sepak bola menjadi lebih menarik, di mana hampir setiap pertandingan kini semakin sering dihadiri oleh suporter perempuan, dan jumlah mereka terus meningkat dari waktu ke waktu. Fandom sepak bola adalah ruang yang kompleks di mana penggemar perempuan secara aktif membangun ruang mereka sendiri. Melalui tindakan yang sering kali kontradiktif, mereka berusaha mendapatkan pengakuan dan rasa hormat dari para penggemar laki-laki sambil tetap mempertahankan identitas feminin yang unik dan berbeda (Kudzai Chiweshe & Choto, 2022).

Fenomena ini juga terlihat jelas dalam konteks sepak bola Indonesia, khususnya dalam dukungan terhadap Timnas Indonesia. Penggemar Timnas Indonesia terkenal dengan loyalitas dan fanatismenya (Cita Zenitha, 2023). Mereka mendukung tim baik di pertandingan lokal maupun internasional, seperti kelompok La Grande dan Ultras Garuda yang mendapat penghargaan di Piala Asia 2023 sebagai suporter paling aktif. Popularitas Timnas semakin meningkat pada 2023, terutama setelah kemenangan bersejarah medali emas SEA Games 2023, mengalahkan Thailand 5-2, dan pertandingan melawan Argentina. Dalam dinamika ini, keterlibatan penggemar perempuan juga semakin menonjol, terutama karena kehadiran pemain naturalisasi, diaspora, dan *blijvers* yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga menarik perhatian dari sisi visual. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan kini hadir sebagai bagian aktif dari komunitas suporter, dengan cara dan ekspresi dukungan yang khas.

Ekspresi dukungan melalui media sosial kini banyak dilakukan oleh penggemar sepakbola. Melalui *platform* seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok para penggemar dapat saling berinteraksi, membagikan momen-momen pertandingan, berdiskusi, serta menyelenggarakan aksi solidaritas atau kampanye

kolektif (Rabathy et al., 2024). Selain itu, media sosial turut memperkuat rasa kebersamaan dan identitas komunitas suporter, sekaligus memungkinkan dukungan menjangkau diaspora yang berada di luar negeri. Cara mendukung para penggemar perempuan yang melibatkan penggunaan media sosial daring dan grup obrolan merupakan ruang bagi penggemar untuk mempelajari arti menjadi penggemar, berinteraksi, dan memahami makna fandom tertentu (Kudzai Chiweshe & Choto, 2022).

Saat ini banyak penggemar perempuan timnas sepakbola Indonesia menunjukkan dukungan mereka secara *online/virtual*. Salah satu cara mereka menunjukkan dukungannya yaitu melalui media sosial TikTok. Melalui media sosial TikTok para penggemar perempuan timnas sepakbola Indonesia biasanya mengedit video anggota baik secara kelompok maupun individu. Bahkan mereka memiliki akun khusus hanya untuk meng-*upload* video anggota timnas sepakbola Indonesia yang mereka edit. ketika meng-*upload* video tersebut, mereka biasanya menyertakan hastag yang relevan dengan timnas sepakbola Indonesia seperti nama anggota yang ada dalam video contohnya yaitu #JustinHubner ataupun #timnasindonesia. Bahkan saat ini pengguna hastag #timnasindonesia di media sosial TikTok sudah mencapai 2,5M postingan dan hastag untuk per-individual anggota timnas sepakbola Indonesia pun sudah mencapai angka puluhan ribu bahkan hingga ratusan ribu video postingan.



Gambar 1. 1 Hastag yang digunakan dalam konten TikTok
sumber: TikTok

Kunert (2021) menemukan bahwa penggemar perempuan menggunakan *platform* sosial media sebagai ruang aman untuk berdiskusi secara bebas tentang sepakbola. Banyak penggemar perempuan sepakbola menggunakan media sosial salah satunya yaitu Tumblr sebagai ruang bagi mereka untuk berinteraksi dan diskusi mendalam tentang sepak bola, yang sering kali sulit diterima di lingkungan yang biasanya didominasi oleh laki-laki. Hal ini juga mendorong sebagian penggemar

perempuan untuk mendukung tim melalui media sosial, terutama *platform* TikTok sebagai bentuk dukungan yang tidak mengharuskan kehadiran di stadion. Hal ini membuktikan sosial media memiliki kecenderungan bisa lebih bebas berekspresi dalam berkontribusi dan mendukung terhadap sepakbola.

Alasan penggemar perempuan sepakbola timnas Indonesia menggunakan TikTok sebagai media menyalurkan dukungan mereka karena TikTok menyediakan ruang interaktif bagi penggemar untuk berkomunikasi dan menampilkan kreativitas mereka (Apriyani et al., 2025). Selain itu, Karakteristik media sosial TikTok juga sangat diminati oleh generasi Z dan Milenial khususnya perempuan karena *platform* ini memberikan mereka ruang untuk mengekspresikan diri secara bebas (Yuliana, 2024). Bahkan, menurut data yang diambil dalam Kalodata.com menemukan bahwa *platform* TikTok didominasi oleh pengguna perempuan yang mencapai 53% dari total pengguna. Penggunaan *platform* TikTok dibandingkan *platform* lain juga karena TikTok dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna masa kini yang mencari hiburan singkat dan mudah diakses. Elemen seperti fitur duet, tantangan, dan berbagai filter kreatif memudahkan pengguna untuk ikut serta dalam aktivitas kampanye atau tren tertentu (KALODATA, 2024). Pada *platform* ini, penggemar bisa memproduksi berbagai konten, mulai dari potongan pertandingan hingga video penghormatan bagi pemain favorit. Konten ini kemudian dibagikan menggunakan hashtag populer seperti #TimnasIndonesia, sehingga terbentuk komunitas virtual yang kuat dan solid.

Selain itu, media sosial TikTok dipilih dibandingkan Instagram maupun X karena karakteristik penggunaannya yang berbeda. Instagram dan X cenderung digunakan untuk media sosial pribadi dari penggemar perempuan dan digunakan sebagai ruang untuk berdiskusi, berbagi opini, dan menjalin komunikasi dengan sesama penggemar. Sementara itu, TikTok memberikan ruang yang lebih luas bagi pengguna untuk mengekspresikan dukungan mereka melalui konten kreatif, seperti video editan, audio, dan visual yang dikemas secara menarik. Dengan demikian, TikTok dianggap lebih relevan untuk menangkap bentuk-bentuk ekspresi fandom yang bersifat kreatif dan performatif.

Oleh karena itu, fenomena dukungan penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia di *platform* TikTok relevan untuk dikaji dari perspektif komunikasi, khususnya dari pandangan atau teori partisipasi budaya (*Participatory Culture*). Karena fenomena dukungan penggemar perempuan Timnas Sepak Bola Indonesia di

platform TikTok membuktikan bahwa teori partisipasi budaya (*participatory culture*) terjadi, di mana media sosial memberi kesempatan bagi penggemar perempuan untuk terlibat secara aktif dalam diskusi, menciptakan konten, dan saling berbagi pengalaman tanpa dibatasi oleh norma gender yang biasanya berlaku dalam ruang tradisional. Budaya partisipasi (*Participatory culture*) memiliki asumsi teori bentuk budaya di mana individu tidak hanya berperan sebagai penerima pasif, tetapi juga secara aktif terlibat dalam proses menciptakan, membagikan, dan menyebarkan konten atau ide (Jenkins et al., 2009).

Melihat fenomena tersebut melalui pandangan yang di ambil, maka kita dapat melihat bagaimana penggemar perempuan tidak hanya menjadi anggota atau konsumen pasif, tetapi juga ikut aktif dalam menciptakan, berbagi, dan menyebarkan konten di *platform* digital khususnya TikTok yang memberikan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan kreativitas, memperkuat rasa kebersamaan dalam komunitas, dan berkontribusi pada dukungan terhadap Timnas sepakbola Indonesia melalui berbagai bentuk konten seperti video, komentar, dan hashtag. Dengan adanya budaya partisipasi (*participatory culture*), penggemar perempuan dapat membangun identitas kolektif dan ikut serta dalam fandom digital yang lebih inklusif, meskipun mereka sering menghadapi stereotip atau tantangan gender dari lingkungan fandom yang lebih luas.

Selain itu, melalui teori partisipasi budaya (*participatory culture*) juga mengungkapkan proses kreatif dan partisipasi penggemar perempuan Timnas sepakbola Indonesia dalam menghasilkan video, komentar, serta bentuk ekspresi lain yang memperkuat rasa solidaritas bersama dalam komunitas. Dukungan ini bukan sekadar pesan individual, tetapi juga menjadi bagian dari makna bersama yang terbentuk melalui interaksi sosial. Dengan adanya koordinasi tersebut, para penggemar dapat menyatukan pemahaman mereka tentang arti dukungan, menciptakan pola komunikasi yang memperkuat keterikatan mereka sebagai komunitas dengan tujuan yang sejalan.

Studi penelitian yang mengkaji bentuk dukungan virtual fandom sepakbola telah banyak dilakukan. Misalnya, penelitian sebelumnya oleh Jessica Kunert (2021) mengenai dukungan penggemar perempuan sepakbola dalam media sosial Tumblr menemukan bahwa media sosial Tumblr menyediakan ruang bagi penggemar sepak bola perempuan untuk berinteraksi secara sosial, baik dalam bentuk positif maupun

negatif. Selain itu, Tumblr juga dianggap sebagai tempat yang aman bagi penggemar perempuan. Mereka merasa lebih leluasa mengekspresikan diri dibandingkan dengan *platform* lain seperti Twitter atau Facebook. Tumblr memberikan ruang untuk diskusi yang lebih bebas dan kreatif bagi penggemar sepakbola perempuan, tanpa khawatir akan diskriminasi atau pelecehan. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu dalam media *platform* untuk mendukung dan membicarakan sepakbola oleh penggemar perempuan, yang dimana pada penelitian peneliti media *platform* yang digunakan yaitu TikTok, sedangkan dalam penelitian ini yaitu *platform* Tumblr.

Kemudian, penelitian selanjutnya yang ditulis oleh Zahra Termeh Eskandari (2022) mengenai dukungan yang diberikan oleh penggemar perempuan sepakbola di Iran yang mengalami perubahan dari *offline* menjadi *online* seperti pemanfaatan media sosial sebagai untuk mendukung tim mereka dan menjadikan media sosial sebagai "stadion *virtual*" tempat mereka secara bersama-sama mengekspresikan fandom mereka. Objek penelitian dan fokus penelitian menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan peneliti, yang dimana pada penelitian ini objek dan fokus penelitian yang dipilih yaitu penggemar perempuan sepakbola di Iran serta berfokus kepada budaya dan pengalaman penggemar perempuan sepakbola di Iran dalam mendukung tim sepakbola mereka.

Penelitian selanjutnya yaitu yang dilakukan oleh Manase Kudzai Chiweshe dan Tafadzwa Choto (2022) yang menjelaskan tentang cara perempuan menyesuaikan dan mengelola identitas mereka sebagai penggemar di ruang yang didominasi oleh pria, sambil membentuk komunitas transnasional yang mendukung dan memperkuat partisipasi mereka dalam sepak bola. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa penggemar perempuan sepakbola Inggris di Zimbabwe sering menghadapi stereotip gender, terutama di ruang-ruang publik yang biasanya didominasi laki-laki, salah satunya klub olahraga. Meskipun begitu, mereka tetap menunjukkan dukungan besar untuk tim favorit mereka dengan memakai jersey, menonton pertandingan, dan aktif di media sosial. Lewat ruang virtual dan fisik, mereka terus menguatkan identitas mereka sebagai penggemar sejati, meskipun masih sering diragukan oleh orang lain. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terdapat pada fokus penelitian yang dimana penelitian ini berfokus bentuk dukungan transisional penggemar perempuan sepakbola Inggris di Zimbabwe serta kesetaraan gender pada penggemar perempuan.

Sedangkan, penelitian peneliti berfokus kepada dukungan yang dilakukan penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia di *platform* TikTok.

Pada perihal ini, peneliti melihat adanya beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, kebaruan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada fokus penelitian. Penelitian ini berfokus dukungan yang diberikan oleh penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia melalui *platform* TikTok dengan pendekatan etnografi virtual, karena dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang budaya virtual di kalangan penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia di *platform* TikTok. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis interaksi, perilaku, serta representasi identitas yang muncul di ruang digital, yang tidak mudah dijangkau oleh metode konvensional (Hine, 2000). Penggunaan pendekatan ini khususnya pada *platform* TikTok belum pernah ditemukan pada penelitian sebelumnya. Sehingga menjadi pondasi penelitian yang harus diteliti sebagai sebuah kebaruan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Dari uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana ekspresi dukungan penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia di *platform* TikTok. Pada saat ini penggemar perempuan Sepakbola khususnya penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia tidak lagi hanya mendukung melalui datang langsung ke stadion atau membeli *merchandise* tim sepakbola favorit mereka, tetapi juga mereka saat ini mendukung melalui media sosial khususnya *platform* TikTok. Disamping itu, belum banyak juga penelitian-penelitian terdahulu yang mengangkat mengenai dukungan penggemar khususnya penggemar perempuan di *platform* TikTok membuat peneliti mengkaji hal tersebut, karena penelitian sebelumnya mengkaji mengenai budaya secara umum ataupun perubahan dukungan penggemar dari tradisional menjadi virtual di media sosial seperti Facebook ataupun Twitter.

Pendekatan etnografi virtual dapat mengkaji bagaimana dukungan penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia secara mendalam karena memberikan akses langsung dengan objek peneliti di *platform* TikTok. Selain itu, dengan menggunakan teori partisipasi budaya (*participatory culture*) peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai bagaimana dukungan yang diberikan oleh fandom perempuan yaitu penggemar perempuan Timnas Sepakbola Indonesia yang memiliki peran aktif dan terlibat dalam pembuatan, pengeditan, dan distribusi konten yang memperkuat ikatan komunitas serta membentuk identitas bersama di *platform* TikTok. Berdasarkan

permasalahan tersebut, peneliti merasa terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Ekspresi Dukungan Fandom Perempuan pada Timnas Sepakbola Indonesia Studi Etnografi Virtual di Platform TikTok.”

Berdasarkan judul tersebut, penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk memberikan pemahaman bagaimana TikTok mendukung ekspresi dukungan dan interaksi dalam komunitas penggemar, serta memberikan perspektif baru tentang gender dan fandom dalam dunia sepak bola. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu penggemar perempuan memahami peran mereka dalam komunitas fandom, memperkuat rasa percaya diri, dan memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mengekspresikan dukungan kepada tim sepakbola favorit mereka.

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ekspresi dukungan yang diberikan oleh penggemar perempuan terhadap Timnas Sepakbola Indonesia di *platform* TikTok. Fokus utamanya adalah menggali ekspresi dukungan yang disampaikan melalui video, komentar, dan hashtag, sebagai bentuk dari fandom digital.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana ekspresi dukungan penggemar perempuan Timnas Sepak Bola Indonesia di *platform* TikTok?
2. Bagaimana partisipasi penggemar perempuan Timnas Sepak Bola Indonesia dalam memberikan dukungan digital di *platform* TikTok?

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini memberikan manfaat pengembangan ilmu pengetahuan (teoritis) dan manfaat pelaksanaan (praktis) untuk para pembaca.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan pemahaman tentang studi budaya digital khususnya dalam perspektif teori partisipasi budaya (*participatory culture*) dengan fokus pada TikTok sebagai *platform* inovatif untuk mendukung partisipasi budaya.
2. Memberikan sudut pandang baru mengenai cara penggemar perempuan, sebagai bagian dari komunitas *online*, memanfaatkan

media sosial khususnya TikTok untuk menunjukkan dukungan dan membangun identitas kolektif dalam dunia sepak bola.

3. Memberikan perspektif baru tentang gender dan fandom dalam dunia sepakbola, serta mengungkap dinamika khas yang muncul dalam fandom digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Membantu penggemar perempuan memahami peran serta kontribusi mereka khususnya dalam memberikan dukungan dalam komunitas fandom sepak bola, sehingga memperkuat rasa percaya diri dan pengakuan terhadap partisipasi mereka dalam mendukung tim nasional. Selain itu, mereka juga bisa lebih memahami cara menggunakan *platform* digital untuk mengekspresikan dukungan dan berpartisipasi aktif dalam komunitas *online*.
2. Dapat membantu pengelola tim sepakbola, asosiasi sepak bola, atau merek olahraga dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih inklusif. Mereka bisa memaksimalkan potensi penggemar perempuan sebagai segmen audiens yang penting dan aktif berpartisipasi dalam aktivitas digital, seperti melalui kampanye di *platform* media sosial seperti TikTok.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dipilih peneliti untuk melaksanakan penelitian ini adalah selama tujuh bulan, yaitu mulai dari bulan September 2024 hingga bulan April 2025. Berikut adalah tabel yang menampilkan jadwal dan periode pelaksanaan penelitian.

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

N o.	Kegiatan	2024				2025				
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Perencanaan penyusunan proposal (pencarian topik, menentukan judul, mengumpulkan referensi)									
2.	Menjelaskan latar belakang penelitian									

3.	Telaah penelitian terdahulu, teori dan metode									
4.	Membuat daftar pertanyaan dan memilih informan									
5.	Observasi dan wawancara mendalam									
6.	Analisis dan validasi data									
7.	Menulis dan menjelaskan hasil penelitian									
8.	Penulisan laporan diakhiri dengan Kesimpulan dan saran									
9.	Permohonan dan pelaksanaan siding skripsi									

Sumber: (Olahan Data Peneliti, 2024)

1.5.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana sebuah peneliti dilakukan. Penelitian ini dilaksanakan secara *online* dengan menggunakan *zoom* atau *google meeting* sebagai *platform* media yang akan menunjang diskusi bersama informan. Namun, apabila memungkinkan akan dilaksanakan secara tatap muka.