

Pengaruh Fanatisme terhadap Emosi (Studi Fenomenologi terhadap Fanatisme Fans FC Barcelona Pengikut Akun Instagram @fansbarcaid_)

Mochammad Helmy Fikri^{1*}, Nadia Ayu Fadhilah²

^{1,2}Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Alamat: Bulaksumur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Korespondensi penulis: mochammadhelmyfikri@mail.ugm.ac.id*

Abstract. *Fanaticism towards football clubs has become a phenomenon with significant impacts on their supporters' social and psychological aspects. This study aims to identify how fanaticism towards FC Barcelona influences the emotions of its fans, particularly followers of the Instagram account @fansbarcaid_. Using a qualitative phenomenological approach, the study explores the emotional experiences of fans through in-depth interviews with the account's followers. The findings reveal that fanaticism contributes to various emotional responses, including long-lasting loyalty to the team, emotional attachment during victories and defeats, and emotional and material support for the team. This research provides deeper insights into the relationship between sports fanaticism and the emotional dynamics of fans, particularly the dynamics of fanaticism within the football context. The fanaticism of @fansbarcaid_ followers towards FC Barcelona fosters profound loyalty and significant emotional attachment.*

Keywords: *Fanaticism, Emotions, Football, FC Barcelona.*

Abstrak. Fanatisme terhadap klub sepak bola telah menjadi fenomena yang berdampak signifikan pada aspek sosial dan psikologis para pendukungnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana fanatisme terhadap FC Barcelona mempengaruhi emosi para penggemar, terutama pengikut akun Instagram @fansbarcaid_. Dengan pendekatan kualitatif fenomenologi, penelitian ini menggali pengalaman emosional yang dirasakan penggemar melalui wawancara mendalam dengan pengikut akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme berkontribusi pada berbagai respons emosional, termasuk kesetiaan terhadap tim yang dapat bertahan sangat lama, keterikatan secara emosional ketika tim mengalami kemenangan maupun kekalahan, serta dukungan terhadap tim secara emosional maupun material. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara fanatisme olahraga dan dinamika emosional para penggemar, khususnya dinamika fanatisme dalam konteks sepak bola. Fanatisme followers @fansbarcaid_ terhadap klub FC Barcelona menciptakan loyalitas yang mendalam dan keterikatan emosional yang signifikan.

Kata kunci: fanatisme, emosi, sepak bola, FC Barcelona.

1. LATAR BELAKANG

Olahraga merupakan bentuk teater yang tidak terstruktur dan sebagian besar nonverbal, dan kegembiraan emosional dapat ditingkatkan melalui presentasi yang spektakuler, “penularan” emosional yang berasal dari menjadi bagian dari kerumunan besar yang penuh harapan, dan dari pertunjukkan yang ditampilkan oleh penonton dan bukan hanya atlet (Dunning, 2001). Salah satu jenis olahraga yang sering ditampilkan adalah sepak bola, dimana olahraga tersebut diminati di seluruh dunia dan memiliki penggemar yang berasal dari berbagai kalangan. Popularitas tersebut tidak hanya mencerminkan besarnya minat masyarakat terhadap sepak bola, tetapi juga menunjukkan

bagaimana olahraga ini mampu menjadi medium untuk mengekspresikan identitas kolektif.

Perkembangan teknologi membuat semua orang di seluruh dunia dapat menyaksikan pertandingan sepak bola kelas dunia di berbagai liga negara, baik Inggris dengan kompetisi English Premier League (EPL), Spanyol dan La Liga, dan Jerman dengan Bundesliga. Data dari World Atlas pada tahun 2022 menunjukkan bahwa sepakbola merupakan olahraga yang paling populer di dunia dengan jumlah penggemar mencapai lebih dari 3,5 Miliar. Data tersebut mencerminkan pengaruh global dari sepakbola sebagai salah satu bentuk hiburan terbesar yang mampu melampaui batas-batas geografis dan budaya.

Football Club Barcelona atau FC Barcelona merupakan salah satu klub sepakbola profesional yang bermain di kompetisi La Liga Spanyol. Penggemar FC Barcelona tidak hanya menjamur di negara Spanyol semata, namun di dunia termasuk dalam hal ini Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bagaimana klub sepak bola dapat menjadi merek global yang merepresentasikan nilai-nilai dan identitas tertentu yang menarik penggemar di berbagai belahan dunia. Hal ini ditunjukkan melalui survei yang dilakukan oleh Indikator Politik terhadap 1.220 responden di Indonesia pada tahun 2022, menunjukkan bahwa penggemar FC Barcelona meraih presentasi tertinggi di antara klub lain seperti Real Madrid, Liverpool, Arsenal, dan lain sebagainya.

Fanatisme dalam dunia sepakbola telah menjadi fenomena sosial yang mampu menarik perhatian para peneliti, pengamat, dan masyarakat luas. Fanatisme terhadap klub, tentunya tidak hanya mempengaruhi perilaku, namun juga emosi penggemar. Chung et al. (2008) mengungkapkan bahwa fanatisme menggambarkan loyalitas yang dikarakteristikan pada level komitmen, antusias, emosional, dan cinta yang begitu kuat. Fans dengan rasa fanatisme yang tinggi, seringkali menunjukkan loyalitas dan keterikatan emosional yang mendalam terhadap masing-masing klub kegemarannya, terutama ketika tim yang dibela menghadapi laga-laga yang menentukan, maupun melibatkan rivalitas historis.

Misalnya ketika FC Barcelona merayakan gelar juaranya pada 2023 setelah menyelesaikan pertandingan dengan Espanyol. Para penggemar klub Espanyol menginvasi lapangan dan mengejar para pemain dan staf dari FC Barcelona, sehingga mengharuskan petugas keamanan untuk mencegah para penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas emosi dalam pertandingan maupun kekalahan yang didapatkan oleh tim kesayangan dapat mempengaruhi perilaku pendukung secara langsung. Emosi juga dapat

mempengaruhi emosi pendukung atas tim yang dibela. Hal ini sebagaimana dikutip oleh Super Skor edisi 28 April 2023, yang menyebutkan bahwa salah satu pemain Barcelona memicu kemarahan para suporter atas kekalahan yang dialami Barcelona. Para suporter menganggap bahwa pemain tersebut dianggap sebagai duri dalam daging bagi klub. Dirinya dianggap sering bertingkah di ruang ganti, namun performanya selalu jelek di lapangan.

Beberapa penelitian terkait yang menjadi referensi dalam penelitian ini antara lain adalah penelitian oleh Larasati et al. (2023). Dalam penelitiannya berkaitan dengan fanatisme suporter sepakbola terhadap perilaku agresif, menunjukkan hasil bahwa fanatisme sebagai perilaku agresif cenderung tinggi pada usia 21-22 tahun, dibandingkan kefanatikan pada usia 17-18 tahun. Hasil penelitian tersebut memberikan wawasan bahwa kelompok usia tertentu lebih rentan terhadap perilaku emosional berlebih yang dapat mempengaruhi dinamika antar pendukung.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Cilla et al. (2023) mengenai fanatisme sepak bola dalam analisis visual media sosial. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tampilan visual dalam media sosial yang diunggah mampu mengundang kemarahan suporter lain, serta dapat menimbulkan perkelahian dan kesalahpahaman tiada henti. Postingan visual dalam media sosial mampu memberikan dampak baik positif maupun negatif. Hasil penelitian tersebut secara langsung menunjukkan bahwa media sosial sebagai platform berbasis visual dapat mempercepat penyebaran konflik dan menimbulkan respons emosional yang lebih luas dibandingkan interaksi langsung.

Berdasarkan data dari penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pentingnya memahami fanatisme dalam konteks yang lebih luas, termasuk bagaimana aspek sosial, psikologis, dan perkembangan media teknologi berkontribusi terhadap perilaku penggemar. Penelitian terkait pengaruh fanatisme terhadap emosi penggemar, khususnya penggemar yang mengikuti akun fanbase kemudian menjadi salah satu topik yang menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan media dan internet juga dapat melahirkan sikap fanatik (Mackellar, 2006), sehingga keberadaan akun fanbase dapat memperkuat sikap fanatisme seseorang terhadap sesuatu.

Pemahaman mengenai bagaimana fanatisme mampu mempengaruhi emosi penggemar kemudian dapat memberikan wawasan tentang dinamika hubungan antara pendukung dengan tim. Penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana fanatisme terhadap FC Barcelona mampu mempengaruhi emosi para pendukungnya. Pengambilan

data dilakukan menggunakan teknik wawancara dari narasumber yang merupakan penggemar FC Barcelona dan follower akun Instagram @fansbarcaid_.

KAJIAN TEORITIS

Fanatisme dan Sepakbola

Sudirwan (dalam Handoko & Ali, 2021) menjelaskan bahwa fanatisme merupakan sebuah keadaan dimana seseorang maupun kelompok menganut sebuah paham, baik politik, agama, kebudayaan, atau yang lainnya dengan cara berlebihan sehingga menimbulkan efek destruktif, bahkan cenderung memunculkan perseteruan dan konflik yang serius bagi kelompok yang berbeda baik dalam hal ras, suku, maupun agama.

Pada dasarnya fanatisme menimbulkan perilaku fanatik yang diartikan sebagai rasa kagum terhadap satu objek yang menyebabkan semangat untuk aktif terhadap objek yang dikagumi (Mackellar, 2006). Mengutip dari Rudin (dalam Mackellar, 2006) yang menjelaskan bahwa fanatik merupakan bagian dari masyarakat, termasuk fanatik terhadap olahraga. Sedangkan menurut Chaplin (dalam Lituhayu, 2023), fanatik merupakan sikap yang sangat antusias dan keterlaluan terhadap suatu pandangan.

Fanatisme juga dapat muncul dalam bentuk rasa cinta terhadap brand maupun komunitas. Orang yang fanatik tidak akan melihat sesuatu yang benar melainkan bertindak dengan cara sendiri. Menurut Goddard (dalam Handoko dan Ali, 2021), aspek-aspek dalam fanatisme adalah: (1) Besarnya minat pada suatu jenis kegiatan; (2) Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut; (3) Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu; (4) Motivasi yang datang dari keluarga.

Rudin (dalam Nurpatmi, et. al., 2022) menjelaskan bahwa aspek *value-attitude* dalam fanatisme menyebabkan penggemar memiliki keyakinannya sendiri, sehingga membenarkan segala hal yang ingin dipercayainya walaupun bertentangan dengan nilai yang berlaku di lingkungan sosialnya. Aspek *intensity* mengarahkan penggemar untuk selalu melibatkan idolanya dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga mereka berpikir, merasa, bekerja, dan bahkan hidup untuk idolanya.

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk lebih memahami identifikasi tim sebagai bentuk identitas sosial (Fink, et. al., 2002; Madrigal, 2001). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seorang penggemar pada umumnya merasa bahwa tim merupakan representasi dari diri mereka sendiri, dan pada gilirannya adalah perwakilan dari tim.

Hubungan antara penggemar yang sangat teridentifikasi adalah emosional, dengan identitas sosial mereka bergantung, sebagian pada performa tim. Ketika tim menang penggemar yang sangat teridentifikasi merasa menang, dan ketika tim kalah, penggemar juga merasa kalah. Oleh karena itu keterlibatan penggemar melampaui sekedar penonton (Potter dan Keene, 2012).

Pada konteks olahraga, termasuk sepak bola, fanatisme dapat menjadi landasan terbentuknya identitas kolektif penggemar yang memperkuat rasa kebersamaan, tetapi juga rentan memicu konflik karena emosi yang berlebihan. Dalam hal ini, suporter merupakan salah satu pihak atau kelompok yang kerap diterpa fanatisme khususnya dalam dunia sepak bola. Mackellar (2006) menjelaskan bahwa jiwa fanatisme dipengaruhi oleh berbagai kekuatan yang bergabung untuk membuatnya semakin bersemangat dalam mengejar obsesinya. Kekuatan tersebut dapat hadir dari pengalaman pribadi, baik negatif maupun positif, atau sebagai hasil dari pengalaman sosial atau budaya dalam pergaulan.

Jiwa fanatisme yang dimiliki supporter mendapat stimulus dari luar dapat memicu terjadinya sebuah konflik realistik yang dialami oleh individu yang menjadi bagian dari kelompok suporter tersebut. Konflik realistik muncul karena ketidakpuasan atau kekecewaan atas tuntutan-tuntutan dari suporter yang tidak dapat terealisasi. Tuntutan-tuntutan tersebut dapat berwujud ketidakpuasan terhadap kepemimpinan wasit yang kurang fair dalam memimpin pertandingan, kekecewaan pada hasil pertandingan yang berlangsung, dan juga ketidakpuasan kepada perangkat pertandingan atau yang biasa disebut dengan panitia penyelenggara (Sinatrya & Darminto, 2013). Maka dari itu, fanatisme supporter terkadang menimbulkan agresifitas.

Emosi

Emosi merupakan perasaan atau afeksi yang dapat melibatkan perasaan fisiologis (seperti denyut jantung yang cepat), pengalaman sadar (seperti memikirkan keadaan jatuh cinta dengan seseorang), dan ekspresi perilaku (sebuah senyuman atau raut muka cemburu) (King, 2010). Emosi diawali dengan adanya suatu rangsangan dari luar (benda, situasi, cuaca, manusia) maupun dari dalam diri pada indera kita. Selain itu, emosi juga dapat dipahami sebagai keadaan yang ditimbulkan oleh seseorang atau situasi tertentu yang ditunjukkan melalui ekspresi kejasmanian, dimana emosi menunjukkan perasaan dan reaksi terhadap sesuatu kejadian atas apa yang dirasakan (Fitri & Adelya, 2017).

Dalam konteks suporter sepak bola, suporter biasanya memiliki keterikatan emosional tersendiri terhadap tim kebanggaannya. Harmawan, et. al (2022) menjelaskan bahwa saat tim yang didukung menang, maka suporter akan merasa senang dan bahagia. Begitu juga saat kalah, maka suporter akan sedih dan kecewa. Keterikatan emosional ini terlihat jelas pada penggemar FC Barcelona, di mana komentar-komentar di media sosial sering kali dipenuhi ungkapan kebahagiaan atau kekecewaan berdasarkan performa tim. Berdasarkan latar belakang masalah serta tinjauan pustaka yang diangkat peneliti, penelitian ini akan meneliti bagaimana makna yang diberikan oleh para penggemar FC Barcelona yang merupakan pengikut instagram @fansbarcaid_ terhadap fanatisme, serta bagaimana keterkaitan emosional mampu mempengaruhi kehidupannya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif. Paradigma kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena maupun gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap atas fenomena yang dikaji daripada memerincinya menjadi variabel-variabel yang berkaitan (Murdiyanto, 2020). Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengkaji fenomena fanatisme mampu mempengaruhi emosional para penggemar klub sepakbola FC Barcelona yang merupakan pengikut akun Instagram @fansbarcaid_. @fansbarcaid_ merupakan akun media sosial Instagram yang berisi informasi seputar klub sepakbola FC Barcelona dengan target audiens masyarakat Indonesia. Akun tersebut sudah aktif beroperasi sejak tahun 2015 dan aktif memberikan informasi terkait FC Barcelona, baik berupa konten gambar maupun video.

Watt & Berg (1995) menjelaskan bahwa dalam konteks penelitian komunikasi, metode penelitian yang mampu digunakan dalam paradigma kualitatif adalah fenomenologi, etnometodologi, interaksi simbolik, etnografi, dan studi kultural, dimana kelima pendekatan tersebut juga disebut sebagai paradigma interpretif. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, dimana pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang mengenai suatu konsep atau gejala, termasuk di dalamnya konsep diri atau pandangan hidup mereka (Kuswarno, 2006). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini digunakan untuk menggali secara mendalam bagaimana suporter memaknai keterikatanannya dengan tim, serta menemukan pola-pola yang muncul akibat fanatisme, baik ketika mendapatkan kemenangan maupun kekalahan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan empat orang pengikut akun Instagram @fansbarcaid_ yang diidentifikasi memiliki tingkat fanatisme tinggi. Keempat narasumber tersebut adalah DF (24 tahun), HA (22 tahun), MF (19) dan AF (22). Responden dipilih berdasarkan kriteria (1) Aktif mengikuti aktivitas akun @fansbarcaid_, (2) Secara konsisten menunjukkan dukungan terhadap klub melalui media sosial, (3) Bersedia untuk diwawancara. Dalam melakukan analisis data kualitatif, peneliti melakukan beberapa tahapan seperti membuat catatan mengenai data yang dihasilkan di lapangan, mengumpulkan, memilah, mengklasifikasi, dan menganalisis data, kemudian berpikir dengan jalan membuat agar kategori data tersebut memiliki makna, mencari, dan menemukan pola hubungan-hubungan dalam membuat berbagai temuan (Moleong, 2008).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesetiaan Terhadap Klub

Narasumber penelitian yang merupakan fans Barcelona memiliki kesetiaan yang kuat untuk tetap mendukung klub tersebut. Satu narasumber menyatakan bahwa telah mengagumi Barcelona sejak masih terdapat pemain bintang Ronaldinho, dimana artinya pada saat itu yang bersangkutan sedang duduk di bangku Sekolah Dasar (SD). Begitu juga tiga narasumber lain yang menuturkan tetap setia menjadi *culers* sejak duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama. Mereka mengaku bahwa hingga kini, rasa cinta dan bangga kepada klub tidak pernah padam walau klub sedang diterpa banyak masalah, seperti kejadian *comeback* melawan tim rival, tidak mendapatkan satu trofi pun dalam satu musim, ditinggal pemain terbaik klub (Lionel Messi), dan berbagai musibah lainnya.

Narasumber mengungkapkan: “*Wah sampai sekarang saya tetep culers sejati, gak peduli klub mau menang atau kalah, Barcelona tetap di hati. Walaupun sempat main jelek selama beberapa musim dan nggak dapat trofi sekalipun*” ungkapannya waktu diwawancarai oleh peneliti pada (01/06/2023). Narasumber lain juga mengungkapkan: “*Kalau aku sendiri udah lama ngefans sama Barca, dari SMP sampai saya kuliah sekarang. Masih inget banget aku gimana dulu Barca pas lagi bagus-bagusnya, pemain top masih pada on fire, tiki-takanya juga, sampe sekarang masih inget betul*”, ungkap narasumber kedua ketika diwawancara oleh peneliti.

Argumentasi tersebut menunjukkan bahwa klub sepakbola FC Barcelona berhasil menanamkan fanatisme kepada khalayak dengan memunculkan kesetiaan yang dapat bertahan sangat lama, bahkan melampaui fase perubahan baik di dalam klub maupun

performa tim. Temuan ini selaras dengan hasil analisis İlk (2022) bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme, semakin besar pula komitmen psikologis penggemarnya. Hal tersebut juga merupakan gambaran dari sikap fanatisme dalam aspek intensitas, yaitu karakteristik utama dari fanatisme dengan menggunakan istilah lain seperti gairah, semangat, antusiasme, dan komitmen (Mackellar, 2006), dimana fans tersebut antusias terhadap tim FC Barcelona dan tetap berkomitmen untuk mencintai club tersebut.

Terikat Secara Emosional

Selain rasa setia, data mengungkap bahwa rasa cinta terhadap klub tersayang juga membuat supporter merasa terikat secara emosional, dimana klub dapat memberikan perasaan senang, sedih, maupun kecewa. Rasa senang misalnya dapat muncul ketika klub dapat memenangkan pertandingan, memperoleh trofi, dapat mendatangkan pemain bintang, dan lain sebagainya. Sebaliknya, rasa sedih, marah, maupun kecewa juga kerap muncul ketika klub gagal meraih kemenangan, terbantai, ditimpa musibah cedera pemain, gagal mendatangkan pemain yang dibutuhkan, dan lain sebagainya.

Narasumber menuturkan: *“Ya pasti kecewa kalau lihat Barca kalah, cuma kalau sekedar kalah di La Liga dan misal itu masih awal musim kecewanya nggak terlalu sih, karena masih panjang dan masih banyak kemungkinan. Biasanya kecewa banget kalau kalah sama tim rival kayak Real Madrid atau Atletico, atau kebantai di Liga Champions, bahkan sampai nggak lolos di semifinal. Menurutku tim sebesar Barca minimal bisa nimbus semi final. Paling males lagi biasanya sering dibully sama temen-temen di kampus, kadang juga dibully pake ngetag-ngetag di insta story gitu”* tuturnya.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa fanatisme berhasil mempengaruhi emosi supporter sepak bola secara signifikan, di mana kemenangan maupun kekalahan tim kesayangan menciptakan dampak emosional yang mendalam bagi penggemar. Kondisi tersebut selaras dengan argumentasi Harmawan, et. al (2022) yang menjelaskan bahwa saat tim yang didukung menang, maka supporter akan merasa senang dan bahagia. Begitu juga saat kalah, maka supporter akan sedih dan kecewa

Berdasarkan hasil wawancara, dampak emosional tersebut juga berpotensi memunculkan perseteruan dengan fans klub lain. Menurut Storey (2009), kelompok penggemar seringkali memiliki perilaku yang obsesif dan fanatik terhadap idola mereka, dan hal ini dapat dianggap sebagai perilaku menyimpang oleh orang diluar kelompok penggemar. Fanatisme supporter juga dapat memicu timbulnya *fanwar* atau konflik antar kelompok penggemar. Potter dan Keene (2012) juga menegaskan bahwa keterhubungan

emosional antara penggemar dan klub favorit mereka mempengaruhi kesejahteraan psikologis, tingkat ketegangan, serta reaksi emosional terhadap hasil pertandingan.

Dukungan Terhadap Tim

Fanatisme juga mendorong supporter untuk senantiasa memberikan dukungan kepada klub idolanya. Dukungan ini mencerminkan keterlibatan emosional dan loyalitas yang mendalam terhadap klub, yang ditunjukkan melalui berbagai aktivitas seperti tidak melewatkan pertandingan Barcelona, menghadiri acara nonton bareng di kafe, bergabung dengan komunitas-komunitas culers, hingga memfollow akun-akun media sosial yang berkaitan dengan klub, seperti akun official @fansbarcaid_ maupun akun pemain bintang Barca lainnya. Dukungan juga terlihat dengan membeli merchandise klub seperti jersey, syal, stiker, dan lain sebagainya. Narasumber menjelaskan: *“Kalo jersey mesti punya mas, aku punya dua stel tuh, yang jersey musim ini sama musim lalu. Syal juga ada sama stiker-stiker gitu kutempel di kamar kos. Kalo jersey ini biasanya kupake buat nobar mas, kalo nobar di Jogja biasanya di Gandrung Café itu, banyak culers juga di sana ada komunitas Indo Barca Jogja. Pernah aku ikut nobar di sana mas jam 2 pagi pas lawan Madrid, pulang habis subuh.”* tuturnya.

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa fanatisme mendorong supporter untuk berpartisipasi aktif serta konsisten dalam mendukung klub. Emosi serta fanatisme para penggemar juga tergerak dalam untuk melakukan berbagai hal demi klub yang didukungnya, baik melalui dukungan langsung seperti menghadiri acara nonton bersama, maupun dalam bentuk dukungan tidak langsung seperti mengekspresikannya melalui media sosial. Selain itu, para penggemar juga meluapkan kebangganya kepada klub dengan membeli serta mengenakan merchandise klub pada beberapa acara yang berkaitan dengan klub idolanya.

Secara teoritis, fanatisme menciptakan perilaku fanatik, yaitu rasa kagum terhadap satu objek sehingga memunculkan semangat untuk aktif terhadap objek yang dikagumi (Mackellar, 2006). Hal ini sejalan dengan pandangan Chaplin (dalam Lituhayu, 2023) bahwa fanatisme adalah sikap yang sangat antusias. Berdasarkan analisis di atas, fanatisme tidak hanya mendorong penggemar untuk mendukung klub idolanya secara aktif, tetapi juga memengaruhi aspek psikologis dan sosial mereka. Aktivitas yang dilakukan para penggemar mencerminkan kecenderungan untuk membangun koneksi emosional yang kuat dengan klub serta membentuk identitas kolektif sebagai bagian dari komunitas penggemar. Selain itu, fanatisme juga mendorong supporter untuk berkorban

secara material dengan membeli berbagai merchandise yang memperkuat identitas mereka sebagai penggemar klub.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Fanatisme sebagai sebuah keadaan dimana baik seseorang maupun kelompok menganut sebuah paham, baik politik, agama, kebudayaan, atau yang lainnya dengan cara berlebihan sehingga menimbulkan efek destruktif, bahkan cenderung memunculkan perseteruan dan konflik yang serius bagi kelompok yang berbeda. Dalam konteks olahraga, khususnya sepak bola, fanatisme juga memainkan peran penting sebagai salah satu penggerak utama loyalitas, keterikatan emosional, dan partisipasi penggemar terhadap klub yang mereka dukung.

Penelitian di atas menunjukkan bahwa fanatisme memiliki pengaruh terhadap emosi penggemar, dimana fanatisme terhadap klub FC Barcelona mampu menciptakan kesetiaan yang mendalam kepada para penggemar. Kesetiaan ini tidak hanya terbentuk karena prestasi klub, tetapi juga dari ikatan emosional yang terbangun seiring waktu, sehingga penggemar tetap mendukung klub meskipun menghadapi masa-masa sulit. Penelitian juga menjelaskan bahwa pendukung klub FC Barcelona yang mendukung klub selama bertahun-tahun tetap setia meskipun klub menghadapi beberapa tantangan, seperti kegagalan klub dalam meraih trofi, penurunan performa, hingga kehilangan pemain bintangnya.

Fanatisme juga mampu membentuk keterikatan emosional yang kuat antara suporter dan klub, dimana hal tersebut mampu mempengaruhi perasaan para pendukung secara signifikan. Suporter dapat memperoleh kebahagiaan yang luar biasa ketika menang maupun meraih juara, begitu juga sebaliknya, kekalahan yang dihadapi oleh klub mampu memicu emosi, kekecewaan, hingga kesedihan yang mendalam. Dukungan yang diberikan suporter tidak hanya bersifat emosional, namun juga material.

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan. Bagi Penggemar FC Barcelona, penggemar disarankan untuk mengelola emosi mereka secara sehat, terutama dalam situasi kekalahan guna menghindari konflik atau reaksi destruktif terhadap suporter lawan. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi dampak fanatisme pada aspek-aspek lain. Dengan memahami dinamika fanatisme secara mendalam, baik klub, penggemar, maupun pihak terkait lainnya, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif untuk mendukung keberlanjutan sepak bola sebagai olahraga yang menginspirasi banyak orang.

DAFTAR REFERENSI

- Chung, E., Farrelly, F., Beverland, M., & Quester, P. G. (2008). Exploring consumer fanaticism: Extraordinary devotion in the consumption context. *Advances in Consumer Research*, 35, 333–340.
- Cilla, N. A. V., Amaliah, S. N., Nurantika, M., Anjani, V., & Prilosadoso, B. H. (2023). Fanatisme sepak bola: Analisis visual media sosial terhadap anarkis antar supporter. *Journal of Advertising and Visual Communication*, 4(2), 156–170.
- Dunning, E. (2001). *Sport matters: Sociological studies of sport, violence, and civilization*. Taylor & Francis Group.
- Fink, J. S., Trail, G. T., & Anderson, D. F. (2002). An examination of team identification: Which motives are most salient to its existence? *International Sports Journal*, 6(2), 195–207.
- Fitri, N. F., & Adelya, B. (2017). Kematangan emosi remaja dalam pengentasan masalah. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 2 (2), 30-39.
- Harmawan, H., Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2022). Fanatisme pada supporter bola: Menguji peranan kematangan emosi. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(2), 116–122.
- Handoko, A. & Ali, M. (2021). Hubungan Fanatisme Supporter Sepakbola Terhadap Agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi. *Jurnal Pion*, 1(1), 34-43
- İlk, Ç. (2022). The Relationship Between Football Fans' Fanaticism And Their Psychological Commitment. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 9(2), 19-32.
- King, L. A. (2010). *Psikologi umum: Sebuah pandangan apresiatif*. Penerbit Salemba Humanika.
- Kuswarno, E. (2006). Tradisi fenomenologi pada penelitian komunikasi kualitatif: Sebuah pengalaman akademis. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 47–58.
- Larasati, A. W., Kharisma, C. G., Nanda, M., Hutamam, S., & Oknanda, M. D. (2023). Fanatisme supporter sepak bola terhadap perilaku agresi. *Journal of Communication and Social Sciences*, 1(1), 1–7.
- Lituhayu, L. (2023). Analisis publikasi artikel jurnal tentang fenomena fanatisme agama di Indonesia dengan menggunakan bibliometrik. In *Gunung Djati Conference Series* (pp. 394–403).
- Madrigal, R. (2001). Social identity effects in a belief-attitude-intentions hierarchy: Implications for corporate sponsorship. *Psychology and Marketing*, 18(2), 145–165.

- Mackellar, J. (2006). Fanatics, fans or just good fun? Travel behaviours and motivations of the fanatic. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3), 195-217
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan aplikasi disertai contoh proposal*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nurpatmi, A., Fakhri, N., & Hamid, A. N. (2022). Fanatisme dan kontrol diri dengan agresi verbal penggemar Kpop di media sosial. *JURNAL PSIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(2), 178–179.
- Potter, R. F., & Keene, R. (2012). The effect of sport fan identification on the cognitive processing of sport news. *International Journal of Sport Communication*, 5, 348–356.
- Sinatria, E. Y., & Darminto, E. (2013). Agresifitas Suporter Sepakbola Persebaya Surabaya Pada Saat Pertandingan Berlangsung. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2).
- Storey, J. (2009). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. Pearson Education Etd.
- Watt, J. H., & Berg, S. V. D. (1995). *Research methods for communication science*. Allyn and Bacon.