

## DARI SIMBOL KE IDENTITAS KOLEKTIF: STUDI INTERAKSI SIMBOLIK PADA KOMUNITAS CHELSEA INDONESIA SUPPORTERS CLUB

Arselma Trus'tee Audrey  
Universitas Negeri Yogyakarta  
arselma@uny.ac.id

### Abstrak

Chelsea Football Club (Chelsea FC) merupakan klub Liga Inggris papan atas dengan penggemar yang tersebar di seluruh dunia, tidak hanya di Inggris atau Eropa. Kesuksesannya telah menarik jutaan penggemar, termasuk di Indonesia. Penelitian ini meneliti interaksi simbolik dalam proses pembentukan identitas sosial anggota Chelsea Indonesia Supporters Club (CISC). Teori konstruktivis digunakan bersamaan dengan Teori Identitas dan Identitas Sosial, serta pendekatan interaksi simbolik untuk memahami identitas sebagai penggemar Chelsea FC. Sebagai penelitian deskriptif, data dihimpun dari para informan dan melalui observasi lapangan. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana interaksi simbolik berperan dalam konstruksi identitas diri yang terbentuk dari proses eksplorasi melalui keluarga, teman, dan media massa. Penelitian ini juga mengkaji hubungan antara komitmen dengan loyalitas, serta peran kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial dalam proses pembentukan identitas. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi simbolik pada level komunitas (*society*), diri anggota (*self*), dan proses pemaknaan (*mind*) membentuk CISC sebagai kelompok yang loyal, serta memiliki rasa kasih sayang, solidaritas, dan kekeluargaan yang kuat antar anggota.

**Kata Kunci:** Fans, Identitas, Sepak Bola, Chelsea, Interaksi Simbolik

### Abstract

Chelsea Football Club (Chelsea FC) is a top-tier English Premier League club with a fanbase spread across the globe, not just in England or Europe. Its success has attracted millions of fans, including in Indonesia. This study investigates symbolic interaction in the process of social identity formation among the members of the Chelsea Indonesia Supporters Club (CISC). Constructivist theory is used alongside Identity Theory and Social Identity Theory, as well as the symbolic interaction approach, to understand the identity of a Chelsea FC fan. As a descriptive study, data were collected from informants and through field observation. Its objective is to understand how symbolic interaction plays a role in the construction of self-identity, which is formed through a process of exploration involving family, friends, and mass media. This research also examines the relationship between commitment and loyalty, as well as the role of categorization, identification, and social comparison in the identity formation process. The results show that symbolic interaction at the level of the community (*society*), the member's self (*self*), and the meaning-making process (*mind*) shapes CISC into a loyal group that also possesses affection, solidarity, and a strong sense of kinship among its members.

**Keywords:** Fans, Identity, Football, Chelsea, Symbolic Interaction

### 1. PENDAHULUAN

Fanatisme terhadap klub sepak bola Eropa, khususnya Liga Inggris, telah menjadi fenomena sosial yang mengakar kuat di Indonesia. Jauh dari sekadar tontonan, sepak bola telah berevolusi menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas para penggemarnya. Meskipun tidak memiliki relasi geografis maupun ideologis secara langsung, para penggemar di Indonesia menunjukkan tingkat loyalitas dan kebanggaan yang setara dengan pendukung di negara asal klub (Arifianto, 2017). Fenomena ini mendorong terbentuknya berbagai komunitas suporter yang solid, salah satu klub dengan basis pendukung yang besar dan terus berkembang di Indonesia adalah

Chelsea Football Club (Chelsea FC). Klub yang berasal dari London ini merupakan salah satu tim paling sukses dalam dua dekade terakhir, yang membuat basis penggemarnya tersebar di seluruh dunia. Untuk menyatukan minat, kegembiraan, dan memperkuat identitas diri, para penggemar Chelsea di Indonesia membentuk sebuah komunitas bernama Chelsea Indonesia Supporters Club (CISC). Didirikan di Jakarta pada tahun 2003, CISC menjadi wadah bagi para pendukung Chelsea untuk berkumpul dan menampung semangat persaudaraan. CISC secara resmi diakui oleh Chelsea FC sebagai fans club resmi sejak tahun 2008 ([chelseaindo.or.id](http://chelseaindo.or.id)). Sejak berdiri, CISC telah memiliki lebih dari 50.000 anggota yang

tersebar di lebih dari 100 regional di seluruh Indonesia, dengan puluhan ribu pengikut di media sosial seperti Instagram dan Twitter.

Bagi CISC, menjadi penggemar sepak bola bukan hanya sekadar menunjukkan atribut khas atau kegiatan yang berhubungan dengan olahraga. CISC juga menginisiasi kegiatan-kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti bakti sosial, bersih-bersih pantai, dan penggalangan dana. Hal ini menjadi salah satu ciri khas CISC, yang selalu melandaskan rasa kekeluargaan dan anti-permusuhan kepada setiap anggotanya. Identitas ini kemudian diadopsi oleh para anggotanya. Tanpa sebuah instruksi, para anggota CISC akan menganggap bahwa mereka adalah bagian dari CISC, atau bahkan CISC itu sendiri, sehingga mereka akan bersikap dan berlaku

Studi mengenai identitas dalam konteks kelompok penggemar telah banyak dilakukan. Teori Identitas Sosial yang digagas oleh Tajfel dan Turner (1979) menjelaskan bahwa individu cenderung meningkatkan harga dirinya dengan mengafiliasikan diri pada kelompok sosial yang dianggap positif. Proses ini melibatkan tiga tahapan utama: kategorisasi (mengklasifikasikan diri sebagai bagian dari kelompok), identifikasi (mengadopsi identitas kelompok), dan perbandingan sosial (membandingkan kelompok sendiri dengan kelompok lain untuk menegaskan superioritas) (McLeod, 2008; Hogg, 1995). Dalam konteks suporter, keanggotaan dalam sebuah fans club memberikan rasa memiliki dan kebanggaan yang berkontribusi pada konsep diri individu (Jacobson, 2003).

Di sisi lain, Teori Interaksi Simbolik menawarkan perspektif bahwa identitas bukanlah sesuatu yang statis, melainkan sebuah produk sosial yang terus-menerus dibentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi antarindividu (Blumer, 1969). Menurut Mead, makna sebuah simbol—baik itu logo, seragam, maupun yel-yel—muncul dari kesepakatan sosial yang tercipta dalam interaksi (Littlejohn, 2002). Individu kemudian menginternalisasi makna-makna ini melalui proses interpretasi untuk membentuk pemahaman tentang diri (*self*) dan

masyarakat (*society*). Dengan demikian, identitas seseorang dibentuk berdasarkan pemaknaan yang mereka berikan terhadap simbol-simbol dalam interaksi sosial mereka.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyentuh persinggungan antara identitas dan komunitas penggemar di Indonesia. Penelitian oleh Iswari (2015) mengenai CISC menemukan bahwa faktor eksternal seperti keluarga dan teman menjadi pendorong awal bagi individu untuk bergabung dengan komunitas demi mencari kesamaan visi. Studi lain oleh Anggraini (2008) terhadap komunitas penggemar musik Slank (Slankers) menunjukkan bahwa identitas para penggemar terbentuk sebagai hasil pemaknaan terhadap simbol-simbol dalam budaya musik Slank melalui proses interaksi simbolik. Serupa dengan itu, penelitian Natasia Simangunsong (2011) pada komunitas penggemar K-Pop menyimpulkan bahwa anggota komunitas membentuk identitas baru setelah memaknai simbol-simbol yang telah disepakati bersama dalam kelompok.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan wawasan berharga, terdapat celah yang belum terisi secara spesifik. Belum ada penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan Teori Interaksi Simbolik untuk menganalisis bagaimana proses pembentukan identitas sosial secara spesifik terjadi pada anggota komunitas penggemar sepak bola di Indonesia. Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada motivasi awal bergabung atau pembentukan identitas secara umum, namun belum mendalami bagaimana interaksi-interaksi simbolik sehari-hari—dalam kegiatan nonton bareng, diskusi di media sosial, atau penggunaan atribut—secara aktif membentuk dan memelihara identitas kolektif sebagai anggota CISC.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting karena bertujuan untuk mengisi kekosongan riset yang ada dengan menganalisis lebih dalam proses dinamis pembentukan identitas sosial. Sejalan dengan hal itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana proses pembentukan identitas sosial sebagai penggemar sebuah klub sepak bola dan anggota

komunitas berlangsung. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan menguraikan bagaimana interaksi-interaksi simbolik yang terjadi antaranggota CISC menjadi fondasi dalam membangun, menegosiasikan, dan memelihara identitas kolektif mereka.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif, menurut Yusuf (2014:329), merupakan strategi inkuiri yang menekankan pada pencarian makna, pengertian, karakteristik, dan deskripsi mengenai suatu fenomena secara holistik dan alamiah. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami fenomena pembentukan identitas sosial yang dialami oleh anggota CISC secara mendalam, yang menurut Moleong (2004), paling baik dijelaskan menggunakan kata-kata dan bahasa, bukan melalui uji statistik. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji objek pada latar alamiah tanpa manipulasi untuk menangkap makna dari fenomena yang diamati.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Robert Yin (1996) menyebutkan bahwa studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, di mana multi sumber bukti dimanfaatkan. Rancangan ini dinilai paling sesuai karena memungkinkan peneliti untuk menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek dari sebuah kelompok atau komunitas, dalam hal ini adalah proses pembentukan identitas pada anggota CISC. Paradigma yang melandasi penelitian ini adalah konstruktivisme, yang menurut Patton (2002), berfokus pada studi mengenai beragam realitas yang terkonstruksi oleh individu. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk memahami bagaimana anggota CISC membangun makna dan identitas mereka dari sudut pandang mereka sendiri.

### **Partisipan dan Prosedur Pengumpulan Data**

Partisipan dalam penelitian ini adalah anggota komunitas CISC yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Peneliti terlebih dahulu menyampaikan informasi mengenai kebutuhan

informan secara terbuka di dalam grup komunikasi anggota CISC, kemudian partisipan yang bersedia diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria tersebut meliputi: berusia di atas 20 tahun, telah menjadi penggemar Chelsea lebih dari lima tahun, menjadi anggota resmi CISC lebih dari tiga tahun, dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilihlah lima orang informan yang terdiri dari tiga perempuan dan dua laki-laki, yang berdomisili di Semarang, Magelang, Wonosobo, dan Pemalang.

Prosedur pengumpulan data utama dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur. Seluruh wawancara dilaksanakan pada bulan Mei 2020 melalui platform media WhatsApp. Metode ini dipilih karena adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat pandemi COVID-19 serta mempertimbangkan domisili partisipan yang berjauhan. Selain wawancara, peneliti juga menggunakan metode observasi partisipatif sebagai data penunjang. Peneliti telah beberapa kali terlibat dan mengamati secara langsung berbagai kegiatan yang diadakan oleh CISC sebelum periode wawancara, seperti nonton bareng dan gathering, untuk mendapatkan pemahaman kontekstual mengenai interaksi dan dinamika di dalam komunitas.

### **Keabsahan Data**

Untuk menjamin keabsahan dan kualitas data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari wawancara kelima informan yang berbeda untuk mencari konsistensi dan pola, serta memverifikasi data tersebut dengan catatan hasil observasi partisipatif. Penggunaan kutipan langsung dari partisipan secara ekstensif dalam penyajian hasil juga bertujuan untuk menjaga otentisitas dan memastikan bahwa interpretasi yang dibuat tetap berakar kuat pada perspektif dan pengalaman subjek penelitian.

### **Analisis Data**

Data yang terkumpul, baik berupa transkrip wawancara maupun catatan lapangan hasil observasi, diringkas dan dianalisis

menggunakan metode analisis tematik. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi, mengkode, dan mengkategorikan data ke dalam tema-tema besar yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Analisis ini dipandu secara sistematis oleh kerangka teori yang digunakan. Untuk memahami proses interaksi, digunakan indikator teori interaksi simbolik dari Kuhn yang meliputi objek sasaran, rencana tindakan, orientasi pada orang lain, dan konsep diri. Sementara itu, untuk memahami pembentukan identitas, analisis dipandu oleh teori identitas yang menekankan pada konsep eksplorasi dan komitmen, serta teori identitas sosial dari Tajfel & Turner (1979) yang meliputi tahapan kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang kaya dan mendalam, dengan menyertakan kutipan-kutipan langsung dari wawancara untuk mengilustrasikan dan memperkuat temuan.

### **3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

Hasil penelitian ini secara objektif memaparkan temuan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi. Temuan utama menunjukkan bahwa pembentukan identitas sosial anggota CISC merupakan sebuah proses multi-tahap yang kompleks. Proses ini diawali dengan pembentukan identitas diri sebagai penggemar individu yang dipicu oleh faktor-faktor simbolik, kemudian identitas tersebut diperkuat, diberi makna, dan dimantapkan melalui interaksi sosial yang intensif di dalam komunitas CISC.

Untuk menjamin kualitas data, penelitian ini menerapkan beberapa strategi. Validitas data dijaga melalui teknik purposive sampling, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria yang ketat (penggemar > 5 tahun, anggota CISC > 3 tahun, aktif dalam kegiatan) untuk memastikan informasi yang didapat relevan dan mendalam. Penggunaan kutipan langsung dari wawancara dalam penyajian hasil juga bertujuan untuk mempertahankan otentisitas dan keaslian perspektif informan. Reliabilitas data diperkuat dengan metode triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari lima informan yang berbeda serta

mengonfrontasinya dengan data hasil observasi partisipatif pada berbagai kegiatan CISC.

#### **Karakteristik Informan**

Penelitian ini melibatkan lima informan aktif, yang terdiri dari tiga perempuan.

- Informan U: Perempuan, 28 tahun, admin di Semarang. Ia mengenal sepak bola dari ayahnya (fans Manchester United), namun lebih tertarik pada Frank Lampard dan Chelsea sejak SMP. Ia mengaku hanya mendukung Chelsea dan Tim Nasional Inggris karena pengaruh idolanya.
- Informan A: Perempuan, 28 tahun, guru SD di Magelang. Ia mulai fokus mendukung Chelsea sejak era kepelatihan Andre Villas-Boas. Selain Chelsea, ia juga menyukai klub lokal PSIS Semarang.
- Informan D: Laki-laki, 26 tahun, karyawan BUMN di Wonosobo. Ketertarikannya pada Chelsea berawal dari hobi bermain gim konsol PlayStation dan menyukai warna biru seragamnya.
- Informan M: Perempuan, 27 tahun, admin di Semarang. Ia mulai menyukai sepak bola di bangku SMA karena diajak teman menonton dan tertarik pada sosok Frank Lampard. Faktor ini diperkuat oleh beberapa anggota keluarga yang juga fans Chelsea.
- Informan AS: Laki-laki, 20 tahun, bekerja di Dinas Sosial di Pemalang. Ketertarikannya berawal dari rasa kasihan dan penasaran saat Chelsea kalah di final Liga Champions 2008, yang mendorongnya mencari tahu lebih dalam tentang klub tersebut.

#### **Proses Pembentukan Identitas Diri: Dari Ketertarikan Simbolik Menuju Komitmen Personal**

Proses menjadi seorang penggemar Chelsea bagi para informan melalui dua tahapan penting dalam pembentukan identitas diri, yaitu eksplorasi dan komitmen.

### **Tahap Awal: Eksplorasi dan Pencarian Identitas**

Tahap eksplorasi adalah periode di mana seseorang secara aktif mencari dan mempertanyakan berbagai hal untuk menentukan keyakinan. Seluruh informan mengenal sepak bola dan Chelsea pada usia remaja mereka, dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dan media. Ketertarikan awal mereka tidak selalu pada klub secara keseluruhan, melainkan pada faktor-faktor simbolik tertentu.

Pengaruh idola pemain menjadi faktor dominan. Informan U dan M sama-sama menyatakan bahwa ketertarikan awal mereka dipicu oleh satu sosok. U berkata, "...aku lebih ngejagoin chelsea karna ada Frank Lampard...". Begitu pula dengan M, "...Aku liat lampard mbak awale haha eh keterusan, awalnya ya gara gara suka lampard tok trus dibawa...". Pengaruh pelatih juga berperan, seperti yang dialami A, "...pas liat chelsea lawan manchester united dibawah kepelatihan AVB saya merasa chelsea punya daya tarik tersendiri di permainannya dari situ mulai saya cari2 info seputar Chelsea...".

Faktor pemicu lain datang dari media interaktif dan warna. D menuturkan, "...Pertama, emang saya suka warna biru, Kedua, dari hobi saya main ps 2 dulu waktu smp, chelsea tu jadi tim favorit buat maen ps, nah sejak itu jadi suka chelsea beneran...". Sementara itu, faktor emosional menjadi pemicu bagi AS. Ia bercerita, "...awalnya karna kasian Mba, liat Terry gagal gol penalty, karna kepleset pula, padahal itu penentuan. Awalnya dari situ, lama lama jadi kepo, suka sama Drogba trus pengen tau lebih dalam ttg Chelsea, ehh jadi suka deh...".

### **Tahap Lanjut: Komitmen dan Kesetiaan**

Setelah melewati fase eksplorasi, para informan memasuki tahap komitmen, di mana mereka membuat pilihan yang teguh. Komitmen ini termanifestasi dalam berbagai cara yang sangat jelas.

Pertama, melalui kepemilikan dan penggunaan atribut. Seluruh informan memiliki berbagai macam pernak-pernik Chelsea, dengan jersey

menjadi yang paling umum. Informan A memiliki koleksi yang lengkap, mulai dari jersey, syal, tempat minum, topi, hingga masker. Informan M bahkan memiliki helm yang secara khusus di-air brush dengan gambar mantan pemain Chelsea, Fernando Torres, serta action figure-nya. Atribut ini tidak hanya dikoleksi, tetapi juga dikenakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai cara untuk menunjukkan dan mengafirmasi identitas mereka.

Kedua, komitmen ditunjukkan melalui kesetiaan yang tak tergoyahkan. Para informan menyatakan bahwa mereka tetap mendukung Chelsea bahkan ketika tim mengalami performa buruk. Informan M menggambarkan pengalamannya, "...bangga mbak walopun srg di bully, Kayak akhir akhir musim kemarin kan srg kalah nahh tiap pakai kaos cisc ataupun chelsea mesti di bilang kalah di pakai gitu mbak, tapi akune ya cuek senyum wae...".

Ketiga, komitmen mereka terlihat dari bagaimana mereka memposisikan Chelsea dalam prioritas hidup mereka. Ketika dihadapkan pada pilihan hipotetis antara Chelsea dan pasangan romantis, empat dari lima informan dengan tegas memilih Chelsea. Informan A bahkan menceritakan, "...pilih Chelsea mba.. dlu pernah berantem sm pacar gara2 dia ngelarang saya nobar sm anak2 chelsea...". Sementara Informan D berargumen, "...wah, kayaknya bakal pilih Chelsea sih mbak, karena kan saya suka Chelsea terlebih dahulu sebelum suka pacar saya, jadi ya pilih Chelsea dulu...". Ini menunjukkan tingkat identity commitment yang sangat tinggi, di mana identitas sebagai penggemar menjadi hal sentral (Stryker, dalam Charon, 1998).

### **Proses Pembentukan Identitas Sosial sebagai Anggota CISC**

Setelah identitas diri sebagai penggemar Chelsea terbentuk, para informan melanjutkan prosesnya dengan bergabung dalam sebuah kelompok. Proses ini terjadi melalui tiga tahapan: kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial (McLeod, 2008).

### **Tahap Kategorisasi: Menemukan Tempat dalam Komunitas**

Kategorisasi adalah tahap di mana individu mengklasifikasikan diri mereka dan menemukan tempat yang sesuai dalam struktur sosial. Setelah mengkategorikan diri sebagai "penggemar Chelsea," para informan mencari wadah untuk menyalurkan identitas tersebut. Seluruh informan mengetahui keberadaan CISC melalui lingkungan pertemanan (*peer group*) dan media sosial. Informan U bercerita, "...awal mula cari info nonton bareng chelsea, karna ada teman anak fans club lain dan nyaranin gabung...". Informan AS juga menuturkan, "...awal mula tau dari FB, ada grup Chelsea Pemalang, trus tau ada kegiatan nobar dan futsal, ikut de...".

Mereka merasa bahwa CISC adalah "tempat yang pas". Alasan mereka akhirnya memutuskan bergabung beragam. Informan U merasa nyaman karena "...dari ajakan pengurus2 yg baik dan gak buat canggung buat gabung...". Informan A termotivasi oleh slogan komunitas: "...karna saya ingin banyak belajar tentang chelsea... sesuai dengan slogan CISC saat itu not just a chelsea fans but one big family. Dan ternyata memang itu bukan hanya sebuah slogan...". Setelah bergabung, mereka mengkategorikan CISC sebagai sebuah organisasi yang besar, solid, dan profesional, namun tetap kental dengan sifat kekeluargaan.

#### **Tahap Identifikasi: Mengadopsi Nilai dan Simbol Kelompok**

Identifikasi adalah tahap di mana individu mulai mengadopsi identitas kelompoknya. Para informan mengadopsi identitas CISC dengan menyerap nilai-nilai yang diusung oleh komunitas. Mereka sepakat bahwa sebagai anggota CISC, mereka harus sportif, menghargai perbedaan, dan mengedepankan kekeluargaan. Informan D merangkumnya: "...1. Ketika ndukung, dukung ga cuma pas menang aja, kalah menang tep kudu di dukung... 4. Tetap menjaga seduluran sesama fans chelsea ataupun fans lain...".

Identifikasi ini juga diekspresikan melalui penggunaan simbol-simbol. Selain atribut Chelsea, mereka juga dengan bangga menggunakan atribut berlogo CISC. Informan M berkata, "...aku kalo kerja srg pakai kaos

*member cisc atau kaos chelsea mbak, di motor juga ada bbrpa stiker chelsea sma cisc sih...".*

Simbol verbal yang paling menonjol adalah chants. Seluruh informan mengaku belajar dan hafal beberapa chants setelah bergabung dengan CISC dan secara aktif menyanyikannya saat acara nonton bareng. Informan A menyatakan, "...hafal beberapa mba, malahan lebih sering saya memulai ngechant chelsea saat nobar... nonbar nggak ngechants tu nggak seru mba... harus pake pake ngechants ben semangat...". Menyanyikan chants bersama-sama membangun atmosfer seru dan memperkuat rasa kebersamaan.

#### **Tahap Perbandingan Sosial: Menegaskan Identitas Positif**

Tahap terakhir adalah perbandingan sosial, di mana anggota kelompok cenderung membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Semua informan menunjukkan kebanggaan menjadi anggota CISC dan secara implisit maupun eksplisit membandingkannya dengan komunitas penggemar lain.

Mereka memandang CISC lebih unggul karena beberapa alasan: kesolidan dan struktur organisasi yang rapi, kegiatan yang variatif, serta sifat anggotanya yang loyal. Informan AS secara eksplisit menyatakan, "...sejak pertama kali saya masuk, sampe skrg jadi Pengurus, yang saya rasakan di CISC itu komunitas yang bener2 terstruktur... Pernah sharing sama temen2 fans club lain di Pemalang, memang tdk se terstruktur ini...". Informan M menambahkan, "...nek di sini terkenal nek sponsor mau dukung event, nek cisc gitu mereka lebih seneng krna jelas gitu orang-orangnya...". Meskipun merasa unggul, para informan cenderung tidak merendahkan kelompok lain secara agresif. Mereka hanya menegaskan keunggulan yang mereka yakini dimiliki oleh CISC.

#### **Eksistensi Anggota dalam Komunitas CISC**

Eksistensi anggota dalam sebuah komunitas dapat dilihat melalui beberapa komponen (Ife & Toseriero, dalam Hardiyanti, 2012), yang dalam penelitian ini termanifestasi dengan jelas pada para informan.

- Skala Manusia: Ini merujuk pada interaksi dalam tatanan yang mudah dikendalikan. Para informan secara rutin berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan seperti kopdar, nonbar, dan futsal yang diadakan mingguan. Informan U menyatakan, "Dihampir setiap event yg diadakan CISC. Nonton bareng, bakti sosial, gathering, dan bahkan untuk sekedar kopdar2 tiap minggunya".
- Kepemilikan: Komponen ini mencakup perasaan memiliki dan diterima. Seluruh informan menekankan rasa kekeluargaan sebagai hal utama. Informan A merasakan hal ini secara mendalam, "Saya yang awalnya orangnya minderan, jadi mulai percaya diri karna sikap ramah mreka".
- Kewajiban: Ini menuntut adanya kontribusi dan partisipasi aktif. Semua informan tidak hanya menjadi anggota pasif; mereka terlibat aktif dalam berbagai kegiatan. Lebih dari itu, semua informan pernah atau sedang menjabat dalam struktur kepengurusan di tingkat regional.
- Gemeinschaft: Ini adalah pola hubungan yang bersifat pribadi dan mendasar. Bagi para informan, gemeinschaft terwujud dalam rasa kekeluargaan yang kuat, di mana mereka siap saling membantu. Informan D berbagi pengalaman, "itu paling seneng kalau ke luar kota nggak merasa sendiri, biasana pasti ada mamber di kota tsbut yg mau nemenin, atau bahkan pas mreka tau kita datang ke kotanya malah disamperin, di ajak jln2".
- Kebudayaan: Komunitas menjadi tempat produksi dan ekspresi kebudayaan yang unik. Dalam konteks CISC, ini terlihat dari adopsi chants dan istilah-istilah khas berbahasa Inggris yang menjadi tradisi bersama.

- Diskusi: Sintesis Interaksi Simbolik dan Pembentukan Identitas

Jika dianalisis menggunakan kerangka interaksi simbolik Kuhn (Sendjaja, 2005), proses ini dapat dipetakan dengan jelas. Objek sasaran bagi para informan adalah klub Chelsea. Rencana tindakan mereka adalah mencari informasi dan bergabung dengan CISC. Proses ini sangat dipengaruhi oleh orientasi pada orang lain (*orientational other*), di mana interaksi dengan sesama anggota memberikan pengaruh positif. Terakhir, konsep diri mereka sebagai penggemar yang loyal dan bagian dari sebuah keluarga besar terbentuk melalui proses ini.

Interaksi yang terjadi secara terus-menerus menjadi faktor krusial dalam membentuk identitas sosial anggota CISC. Melalui interaksi ini, mereka mengembangkan pikiran (*mind*) untuk menggunakan simbol (*chants*, slogan) yang memiliki makna sosial yang sama (Mead, dalam Littlejohn, 2002). Makna-makna ini—loyalitas, cinta, dan kekeluargaan—tidak diberikan begitu saja, tetapi dikonstruksi secara kolektif melalui interaksi dalam komunitas (*society*), yang pada akhirnya membentuk konsep diri (*self*) setiap anggota.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan kontribusi akademis dengan mendemonstrasikan secara empiris bagaimana mekanisme interaksi simbolik menjadi fondasi operasional bagi proses pembentukan identitas sosial dalam konteks komunitas penggemar. Secara sosial, studi ini menawarkan pemahaman yang lebih positif dan berempati terhadap komunitas penggemar, menyoroti peran mereka sebagai organisasi sosial yang terstruktur dan berfungsi sebagai "keluarga kedua" yang menyediakan dukungan, solidaritas, dan ruang untuk pengembangan diri bagi para anggotanya, sekaligus menantang stereotip negatif yang sering melekat pada mereka.

Proses pembentukan identitas anggota CISC terbukti merupakan proses dua tahap yang saling terkait. Tahap pertama adalah pembentukan identitas diri sebagai penggemar Chelsea, yang didorong oleh fase eksplorasi

(dipengaruhi oleh lingkungan dan ketertarikan pada simbol-simbol seperti pemain atau warna klub) dan diperkuat oleh fase komitmen (diwujudkan melalui kepemilikan atribut dan loyalitas emosional yang tinggi). Tahap kedua adalah pembentukan identitas sosial, di mana identitas diri tersebut dikukuhkan dan diberi makna kolektif di dalam komunitas CISC. Proses ini berjalan melalui tahapan kategorisasi (menemukan CISC sebagai 'wadah' yang tepat), identifikasi (mengadopsi nilai, norma, dan ritual seperti chants), dan perbandingan sosial (memandang CISC sebagai kelompok yang unggul secara positif).

Mekanisme yang mendasari keseluruhan proses ini adalah interaksi simbolik. Para anggota secara aktif memberi makna pada objek (klub), merencanakan tindakan (bergabung dengan komunitas), dan membentuk perilaku berdasarkan orientasi pada anggota lain. Melalui interaksi yang berkelanjutan, baik secara tatap muka maupun melalui media sosial, mereka bersama-sama mengkonstruksi makna inti dari identitas sebagai anggota CISC, yaitu rasa cinta yang besar terhadap klub, loyalitas dalam suka dan duka, serta rasa kekeluargaan yang solid di antara sesama anggota.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dapat diajukan:

1. Menerapkan pendekatan studi fenomenologi atau etnografi untuk dapat menggali perilaku dan pengalaman para penggemar dalam mendukung klub favorit mereka secara lebih mendalam dan kontekstual.
2. Menganalisis proses pembentukan identitas penggemar dengan menggunakan kerangka teori interaksi atau konstruksi sosial yang lain, seperti teori konstruksionisme sosial dari Peter L. Berger, untuk mendapatkan perspektif teoretis yang berbeda.
3. Mengkaji secara spesifik interaksi di media sosial sebagai arena utama pembentukan identitas penggemar di era digital, untuk memahami bagaimana diskursus dan interaksi virtual membentuk realitas dan identitas mereka.

4. Meneliti lebih lanjut pengaruh institusi sosial di luar komunitas—seperti keluarga, media massa, dan kelompok etnis—secara lebih terperinci dalam memengaruhi proses awal pembentukan identitas seorang individu menjadi penggemar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D. (2008). Interaksi simbolik. *Jurnal Mediator*, 9(2), 301–316.
- Arifin, Z. (2009). *Metodologi penelitian pendidikan*. Lentera Cendikia.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan dan praktik*. Rineka Cipta.
- Badudu, J. S. (1994). *Kamus umum bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- BBC News. (2003, Juli 2). *Russian businessman buys Chelsea*. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/3036838.stm>
- Blumer, H. (1968). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Bosma, H. A., Graafsma, T. L. G., Grotevant, H. D., & de Levita, D. J. (Eds.). (1994). *Identity development: An interdisciplinary approach*. SAGE Publications.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif*. Kencana.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi (Edisi Revisi)*. Rajawali Press.
- Charon, J. W. (2007). *Symbolic interactionism: An introduction, an interpretation, an integration (9th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Chelsea FC. (n.d.). *Club history – Decade by decade*. Diakses 12 Juni 2025, dari <https://www.chelseafc.com/en/about-chelsea/history/club-history>
- Chelsea Indonesia Supporters Club. (n.d.). *Seputar Chelsea Indonesia*. Diakses 12 Juni 2025, dari <http://chelseaindo.or.id/category/seputar-chelsea-indonesia>
- Craig, R. T., & Muller, H. L. (Eds.). (2007). *Theorizing communication: Reading across traditions*. Sage Publication.
- Cresswell, J. W. (2010). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Cresswell, J. W. (2011). *Research design: Qualitative and quantitative approach*. Sage Publication.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of qualitative research*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu komunikasi, teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- FIFA. (2018, Desember 21). *More than half the world watched record-breaking 2018 World Cup*.

- <https://www.fifa.com/worldcup/news/more-than-half-the-world-watched-record-breaking-2018-world-cup>
- Foer, F. (2006). *Memahami dunia lewat sepakbola*. Marjin Kiri.
- Gilianotti, R. (1994). *Football, violence and social identity*. Routledge.
- Gilianotti, R., & Williams, J. (1994). *Game without frontiers: Football, identity and modernity*. Ashgate.
- Hamidi, M. S. (2010). *Metode penelitian dan teori komunikasi*. UMM Press.
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2001). *Social identity process in organizational contexts*. Psychology Press.
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2002). *Social psychology* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Idrus, M. (2007). *Metode penelitian ilmu-ilmu sosial: Pendekatan kualitatif & kuantitatif*. UII Press.
- infed. (n.d.). *What is community?*
- Jacobson, B. (2003). The social psychology of the creation of a sport fan identity: A theoretical review of the literature. *Athletic Insight: The Online Journal of Sport Psychology*, 5(2).
- Kaskus. (2013, Oktober 5). *Official broadcaster liga inggris di Indonesia dari masa ke masa*. <https://www.kaskus.co.id/thread/524d22fef8ce174201000007/official-broadcaster-liga-inggris-di-indonesia-dari-masa-ke-masa/>
- Koentjaraningrat. (1990). *Pengantar ilmu antropologi*. PT Rineka Cipta.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication*. Wadsworth/Thomson Learning.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory (Vol. 1)*. SAGE Publications, Inc.
- McLeod, S. A. (2008). *Social identity theory*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html>
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed.). SAGE Publications.
- Messner, M., & Garrison, B. (2006). *An integrated approach to communication*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2001). *Metode penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Kencana.
- Moss, S., & Tubbs, S. L. (2008). *Human communication: Principles and context*. McGraw-Hill.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (Cet. Ke-14). PT. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson Education.
- Pandit Football. (2018, Februari 28). *Nonton Liga Inggris di mana?* <https://www.panditfootball.com/on-this-day-klasik/211082/DGA/180228/nonton-liga-inggris-di-mana>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage.
- Pramana, I. (n.d.). *Jersey dan identitas suporter*. Bola.net. Diakses 12 Juni 2025, dari <http://www.bola.net/editorial/print/000000915.html>
- Prawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. LKiS.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode penelitian komunikasi*. PT Remadja Rosda Karya.
- Richardson, B. (n.d.). *It's far more important than that" Football fandom and cultural capital*. UCC, Dublin City University.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2004). *Classical sociological theory*. McGraw-Hill.
- Sarwono, S. W. (1999). *Psikologi sosial: Psikologi kelompok dan psikologi terapan*. Balai Pustaka.
- Schneider, D. J. (2004). *The psychology of stereotyping*. Guilford Press.
- Sendjaja, S. D. (2005). *Teori komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Silalahi, U. (2010). *Metode penelitian sosial*. PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2009). *Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Prenada Media Group.
- Susanto. (2006). *Metode penelitian sosial*. LPP UNS dan UNS Press.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2001). *Human communication*. Remaja Rosda Karya.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing communication theory* (3rd ed.). The McGraw-Hill Companies.
- Widi, R. K. (2010). *Asas metodologi penelitian*. Graha Ilmu.
- Wijaya, W. (2004). *Kamus lengkap Inggris-Indonesia*. Bintang Jaya.
- Williams, J. (2007). Rethinking sports fandom: The case of European soccer. *Leisure Studies*, 26(2), 127–146.
- Yusuf, M. (2014). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Prenada Media Group.