

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada tanggal 1 Januari 1878, Manchester United Football Club didirikan dengan nama Newton Heath LYR Football Club oleh para pekerja Lancashire and Yorkshire Railway di Newton Heath, Manchester. Awalnya, Newton Heath bermain dalam pertandingan persahabatan di lapangan North Road melawan tim dari departemen dan perusahaan perkeretaapian lain. Pada tahun 1888, mereka bergabung dengan beberapa klub lain untuk mendirikan liga regional bernama The Combination. Namun, liga tersebut dibubarkan dalam satu musim, dan Newton Heath kemudian berkompetisi di Football Alliance, sebuah liga baru pada saat itu. Pada musim 1892-93, mereka bergabung dengan Football League, menjadi bagian dari kompetisi liga profesional pertama di Inggris. Newton Heath terpilih untuk bermain di Divisi Pertama, dan pada saat yang bersamaan, mereka menjadi klub independen dengan menghapus "LYR" dari nama klub. Pada Juni 1893, markas klub dipindahkan ke stadion Bank Street di Clayton. Namun, pada akhir musim 1893-94, mereka terdegradasi ke Divisi Kedua (Wijaya, S., & Khoironi, T. F. R. 2021).

Pada Januari 1902, utang sebesar £2.670 membuat Newton Heath dinyatakan pailit. Kapten tim, Harry Stafford, berhasil menemukan empat pengusaha lokal yang bersedia menyelamatkan klub dengan menanam modal sebesar £500 masing-masing. Salah satu dari pengusaha tersebut adalah John Henry Davies, yang kemudian menjadi presiden klub. Era baru dimulai dengan pergantian nama klub menjadi "Manchester United" pada tanggal 24 April 1902. Pada masa Ernest Mangnall, Manchester United berhasil promosi ke Divisi Pertama setelah menempati urutan kedua Divisi Kedua pada musim 1905-06 (Wijaya, S., & Khoironi, T. F. R. 2021).

Pada musim 1907-08, mereka memenangkan Charity Shield dan Divisi Pertama untuk pertama kalinya, diikuti dengan kemenangan Piala FA pada musim

berikutnya. Pada tahun 1910, klub pindah markas ke Old Trafford dan menjadi juara Divisi Pertama untuk kedua kalinya pada musim berikutnya. Namun, era keemasan ini berakhir setelah Mangnall pindah ke Manchester City pada tahun 1912.

Pada musim 1921-22, tiga tahun setelah Perang Dunia I, Manchester United terdegradasi ke Divisi Kedua. Mereka berhasil promosi pada musim 1924-25, namun kembali mengalami degradasi pada musim 1930-31. Klub mengalami masa sulit dan keuangan yang buruk setelah kematian John Henry Davies pada Oktober 1927. James W. Gibson menyelamatkan klub dengan menanam modal £2.000 pada Desember 1931. Selama Perang Dunia II, klub berkompetisi di Liga Wartime dan Piala Football League War. Old Trafford mengalami kerusakan parah pada tahun 1941 akibat serangan bom Jerman dan baru selesai direnovasi pada tahun 1949 (Hizkia, J. P., & Kiswara, E. 2019).

Dengan semakin berkembangnya dunia olahraga, banyak individu dan kelompok yang semakin memberikan dukungan kepada tim favorit mereka. Para penggemar, yang sering disebut sebagai supporter, merupakan kelompok orang yang dengan antusias menggemari suatu hal dan senantiasa memberikan dukungan berdasarkan kecintaan mereka. Dengan tingkat antusiasme yang tinggi, para supporter sepertinya memberikan seluruh dedikasi mereka untuk mendukung tim kesayangan. Supporter pada dasarnya terbentuk dan bersatu melalui komunikasi intens di antara anggotanya. Komunikasi ini muncul karena adanya hobi dan kecintaan yang sama di kalangan individu. Komunikasi dan masyarakat saling terkait dan tidak bisa dipisahkan, karena keduanya memegang peran penting satu sama lain. Tanpa komunikasi, masyarakat sulit bersatu, begitu pula sebaliknya (Wijaya, S., & Khoironi, T. F. R. 2021).

Salah satu olahraga yang memiliki basis pendukung terbesar adalah sepakbola. Popularitas sepakbola disebabkan oleh daya tariknya di berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang tua. Dukungan yang diberikan oleh para penggemar sangat beragam, termasuk kehadiran langsung di stadion, menyanyikan yel-yel, menonton melalui televisi, hingga mengadakan kegiatan nobar (nonton bareng). Kegiatan bersama ini tidak hanya meningkatkan solidaritas di antara mereka, tetapi juga membedakan kelompok supporter satu

dengan yang lain. Penggemar sering memberikan dukungan dari jauh, menggunakan media untuk menyaksikan dan mendukung klub favorit mereka karena keterbatasan geografis atau ekonomi. Ini sejalan dengan pIningan Syadzwina (2014) bahwa komunikasi berperan sebagai transmisi pesan dan pertukaran makna.

Dukungan dan komunikasi yang dimiliki para penggemar ini pada akhirnya menumbuhkan sikap fanatisme di dalam diri mereka. Siahaan (2014) menjelaskan bahwa menjadi supporter seolah-olah merupakan penInitanan surat kontrak yang berisi segala emosi yang menyertainya, sebagai tanggung jawab pribadi. Sebagai salah satu klub sepakbola terbesar di dunia, Manchester United memiliki sejarah panjang sejak tahun 1878. Meskipun awalnya didirikan oleh pekerja kereta api, klub ini mengalami perubahan besar pada tahun 1902 ketika mengalami kebangkrutan. John Henry Davies, seorang pengusaha lokal, membeli saham klub dan mengubah namanya menjadi Manchester United, yang tetap bertahan hingga saat ini. Perkembangan klub ini tidak hanya melibatkan hak siar, tetapi juga terdapat kontribusi dari pengelolaan media sosial klub.

Fans sangatlah penting di dunia sepakbola karna mereka rela mengorbankan waktunya untuk menonton pertandingan klub idolanya yang bahkan hasilnya belum tentu sesuai dengan apa yang mereka pikirkan dan harapkan, fans juga rela mengeluarkan tenaganya untuk berbondong-bondong datang ke stadion untuk menonton dan juga mereka meluapkan emosinya apabila pertandingannya tidak berjalan dengan kemenangan klub idolanya dan yang terpenting mereka rela menyisihkan biaya untuk menonton di stadion ataupun membayar jasa streaming legal untuk menonton klub idolanya. *Football without fans is nothing* seperti yang dikatakan oleh Jock Stein pada tahun 1967 (Hizkia, J. P., & Kiswara, E. 2019).

Supporter seperti yang dikatakan oleh Coddington tahun 1997 adalah orang yang menggemari sesuatu dengan amat antusias. Kata supporter berasal dari kata kerja *to support* dengan akhiran *er* yang menunjukkan rasa cinta dan dukungan kepada hal yang dicintainya, fanatisme fans klub sepakbola ini bahkan ada yang sampai mentattoo tubuhnya dengan logo klub idolanya dan juga menamai anak mereka sama dengan nama pemain bola semua itu mereka lakukan

karna mereka memiliki keterkaitan emosi batin terhadap klubnya yang sudah dibangun belasan atau puluhan tahun lamanya

Rasa cinta mereka ditunjukkan dengan datang ramai-ramai ke stadion memakai atribut khas klub idolanya seperti baju, topi, syal dan masih banyak lagi serta banyak juga yang menonton bersama di kafe, bar, resto dengan menggunakan spanduk bertuliskan kata-kata semangat mereka juga menyanyikan hymne klubnya ramai-ramai, yang ekstrem adalah mereka yang membawa cerawat asap atau menyanyikan lagu yang mengejek klub lawan. Sikap fanatisme mereka yang akhirnya menunjukkan loyalitas kepada Manchester United. Fanatisme dan loyalitas yang mereka tunjukan contohnya ialah berupa sebuah nyanyian, yel-yel, maupun mengenakan atribut (Manaji & Mathori, 2018). Komunikasi yang disampaikan oleh penggemar merupakan proses perpindahan ide dari satu kelompok kepada kelompok lainnya. Hal ini sejalan pula dengan konsep lain dari komunikasi yaitu untuk mencari serta menetapkan satu sumber, yang pada akhirnya bisa merubah perilaku seseorang. Pesan yang diambil dan disebarluaskan inilah yang pada akhirnya menumbuhkan jiwa fanatisme didalam diri individu. Rasa cinta mereka juga ditunjukkan dengan mengoleksi *merch* dari klub idolanya walaupun itu membutuhkan biaya yang mahal tapi fans rela mengeluarkan biaya tersebut untuk membeli jersey, syal, dompet, poster, stiker, sepatu, dan lain-lain

Mengutip data dari sport market Jerman (paramartha 2015) di tahun 2011 ada sekitar 354 juta fans Manchester United yang tersebar di seluruh penjuru dunia diikuti oleh Barcelona dan Real Madrid, hal ini disebabkan oleh prestasi ketiga klub ini yang sukses dalam meraih piala dalam 20 tahun terakhir dan dari fanspage list (Makayasa, 2015) Manchester United memiliki jumlah like di Facebook di akun resminya mencapai kurang lebih 41 juta like dan itu adalah yang terbanyak di antara klub lain, sedangkan di Twitter Manchester United memiliki 60 juta followers, Instagram 34 juta followers dan TikTok 20 juta followers

Karena sekarang sepakbola menjadi industri, klub sekarang mencoba dekat dengan penggemar di seluruh dunia karna berkaitan juga dengan hak siar dengan mendapatkan hak siar klub dapat meningkatkan basis supporternya. Di media sosial hampir seluruh klub sepakbola dunia memiliki akun media sosial

untuk dapat menjaga komunikasi dengan fans dan juga memberikan berita terbaru mengenai apa yang ada di klub seperti pemain baru, sponsor baru, jadwal pertandingan dan lain-lain.

Di indonesia, sepakbola adalah olahraga nomer 1 dari segi penggemar maka dari itu tidak sedikit juga klub eropa datang ke indonesia untuk pertandingan persahabatan sekaligus menjadi ajang promosi diri di kawasan asia, terlebih juga banyak sponsor yang datang. Jumlah peningkatan jumlah fans juga berbanding lurus dengan meningkatnya komunitas-komunitas fans klub di indonesia khususnya. Beberapa fans manchester united membentuk komunitas sendiri yang di antaranya indomanutd, united mansion, united indonesia, unitedarmyfc, simpatisanutd dan masih banyak lagi yang terbagi menjadi cabang seluruh indonesia (Hizkia, J. P., & Kiswara, E. 2019).

Komunitas tersebut menjadi penyambung klub dan penggemar sekaligus ajang silaturahmi sesama fans klub komunitas ini juga sering mengadakan acara seperti nonton bareng, kopi darat, family gathering tidak jarang juga member senior dari komunitas tersebut membagikan jersey original kepada member lain melalui kuis atau games ada juga games tebak skor atau tebak siapa yang mencetak goal dan siapa yang benar diberi hadiah. Maka terbentuklah banyak komunitas dari fans klub sepakbola di luar negeri salah satunya yang diangkat ke dalam penelitian ini yaitu komunitas united mansion, united mansion sendiri adalah komunitas fans manchester united yang awalnya berasal dari kaskus lalu lanjut ke twitter dan sekarang berada di telegram hanya sekedar untuk saling mengobrol dan tukar pikiran (Purnamasari, 2018) .

Di dalam penelitian ini peneliti ingin mengambil contoh dari komunitas united mansion yaitu komunitas dari salah satu supporter grup sepakbola yang didirikan melau forum kaskus pada tahun 2012. Komunitas ini semakin besar dan berpindah platform ke Twitter dan sekarang lebih aktif di platform Telegram. Komunitas. Peneliti melakukan penelitian pada united mansion karena komunitas sepakbola ini sudah cukup lama dan besar dikalangan supporter sepakbola. Grup sepakbola yang didukungnya juga cukup besar dan terkenal di berbagai kalangan masyarakat. Komunitas ini juga cukup aktif sosial medianya, tidak hanya sekedar untuk berbagi info kegiatan komunitas, tapi united mansion aktif dalam

mengomentari dan berdiskusi dengan sesama grup komunitasnya mengenai manchester united, seperti berdiskusi sebelum dan sesudah pertandingan, adanya *live commentary* saat pertandingan, bahas gosip transfer antar pemain dan lain-lain di sosial medianya.

United mansion juga menjadi komunitas yang para membrnya setiap hari saling berinteraksi lewat telegram yang juga sering membicarakan hal-hal diluar sepakbola yang menjadikan hubungan antar member di komunitas ini erat karna berinteraksi tidak hanya pada saat acara nobar atau *gathering* saja dan alasan peneliti memilih united mansion sebagai komunitas yang diteliti karna united mansion adalah komunitas supporter manchester united yang paling banyak berinteraksi sama masyarakat secara online maupun berinteraksi sesama member lewat grup telegram jadi peneliti akan lebih mudah untuk menggapai para membrnya untuk dilakukan wawancara atau observasi (katadata.co.id, 2021).

Fanatisme, menurut penelitian oleh Emily Chung, Michael B. Beverland, Francis Farrelly, dan Pascale Quester (2018) menjelaskan bahwa sebagai bentuk khusus dari loyalitas yang ditInii oleh tingkat komitmen, antusiasme, keterlibatan emosional, kegemaran, dan kasih sayang yang sangat intens. Fanatisme juga dapat dipicu oleh keinginan untuk menjadi bagian dari lingkungan yang dihasilkan oleh tim pemenang. Faktor-faktor yang memicu fanatisme terhadap olahraga, khususnya sepakbola, melibatkan elemen-elemen seperti karakteristik personal pemain, keunikan, nama tim, logo, warna, dan yel-yel klub (Jhalugilang, 2013).

Fanatisme ini bisa terjadi karena adanya hal yang diyakini secara berlebihan, jika fanatisme ini sudah menimbulkan hal yang negatif atau merugikan orang lain maka bisa dikatakan fanatisme ini sudah masuk sebagai gangguan psikologis, dalam kehidupan sosial banyak yang beranggapan negatif soal fanatisme terhadap sepakbola karna biasanya menimbulkan kekerasan Masyarakat kebanyakan menganggap menjadi fans sepakbola hanyalah membuang waktu dan membuang uang saja, hubungan yang dirasa percuma karna tidak ada timbal baliknya (Hinduja dan Patchin, 2019) .

Berdasarkan pIningan positif yang diperlihatkan oleh masyarakat terhadap fanatisme suporter sepakbola, masyarakat cenderung mengambil sikap positif terhadap suporter yang bersikap berlebihan. Sikap ini mencakup dukungan,

pemberian nasehat, rasa bangga, dan kepedulian. Ketika berinteraksi dengan suporter sepakbola yang berlebihan, masyarakat juga cenderung menunjukkan tindakan positif seperti memberikan pujian, memberi nasehat, dan menyapa. Dampak positif dari perilaku berlebihan suporter sepakbola, menurut pIningan masyarakat, meliputi kontribusi dalam membantu korban bencana alam, peningkatan semangat tim yang bertanding, meningkatnya solidaritas antar suporter, dan hiburan bagi masyarakat (Purnamasari, 2018).

Namun, terdapat persepsi negatif yang ditunjukkan oleh masyarakat terhadap fanatisme suporter sepakbola. Responden menyatakan bahwa suporter sepakbola yang bersikap berlebihan dapat memiliki perilaku negatif seperti anarkis, arogan, perilaku tidak baik, dan kurang kedewasaan. Masyarakat juga mengkritik perilaku suporter yang dianggap menimbulkan kericuhan, tidak menghargai suporter lain, tidak dapat menerima kekalahan, mengagungkan sepakbola secara berlebihan, dan melakukan tindakan sweping di stadion. Beberapa responden menentang keberadaan suporter sepakbola yang bersikap berlebihan dengan alasan bahwa perilaku yang berlebihan cenderung tidak baik, dapat menciptakan sikap arogan, mengganggu kenyamanan masyarakat, berpotensi merugikan diri sendiri dan orang lain, sering kali berujung pada tawuran dan tindakan anarkis, tidak perlu dicontohkan oleh masyarakat, dan bahwa suporter sepakbola seharusnya saling menghargai pendukung tim lain (Hizkia, J. P., & Kiswara, E. 2019).

Akibat dari pIningan negatif masyarakat terhadap fanatisme suporter sepakbola yang berlebihan mencakup sikap biasa saja, penolakan, kekecewaan, rasa malu, dan ketidaknyamanan. Mayoritas responden juga mengungkapkan bahwa tindakan mereka saat bertemu dengan suporter yang berlebihan melibatkan menghindar, bersikap biasa saja atau diam, dan dalam beberapa kasus, menghujat. Dampak negatif dari perilaku berlebihan suporter sepakbola, menurut pIningan masyarakat, termasuk kerusakan fasilitas umum, penjarahan, terpecahnya persatuan masyarakat, keresahan di tengah masyarakat, cedera dan korban jiwa, kerugian bagi tim sepakbola yang didukung, dan adanya stigma negatif terhadap suporter.

Pada tahap awal ini, semua informan mulai menyukai sepakbola dan Manchester United karena dorongan rasa ingin tahu. Beberapa di antara mereka dipengaruhi oleh keluarga dan lingkungan sekitar, seperti teman, sementara yang lain mendapatkan pengaruh melalui media massa, terutama televisi, yang memperkenalkan mereka pada dunia sepakbola dan keberadaan Manchester United. Selain itu, beberapa informan juga terpengaruh oleh keluarga yang mendukung klub lain atau bahkan rival Manchester United (Wijaya, S., & Khoironi, T. F. R. 2021).

Ketika mencapai tahap komitmen, semua informan telah membuat keputusan yang kuat untuk menjadi penggemar Manchester United. Mereka yakin dan mantap dalam pilihan mereka sebagai penggemar klub tersebut, sebagaimana dibuktikan oleh lamanya masa keanggotaan mereka. Mereka menunjukkan keseriusan dan keberlanjutan dukungan mereka terhadap Manchester United, menyatakan bahwa mereka akan terus mendukung klub untuk waktu yang tidak terbatas. Fanatisme para penggemar, yang dikenal sebagai supporter dalam mendukung Manchester United tercermin dari berbagai aspek fanatisme. Pertama, melibatkan kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh para penggemar untuk mendukung klub, seperti kepemilikan aksesoris dan barang-barang serba Manchester United, termasuk jersey, mug, kaus, poster, jam tangan, sticker, dan majalah klub. Kedua, melibatkan partisipasi aktif dalam komunitas pendukung Manchester United, serta keterlibatan dalam berbagai kegiatan komunitas seperti nobar, gathering nasional, gathering babes, kegiatan amal, peran sebagai pengurus komunitas, kopdar, serta nyanyian chant ketika nobar. Semua kegiatan ini merupakan cara bagi para supporter untuk mengekspresikan dan menunjukkan fanatisme mereka dalam mendukung Manchester United (Hizkia, J. P., & Kiswara, E. 2019).

Ketika mengamati fanatisme, para supporter menunjukkan komitmen mereka melalui tiga aspek utama. Pertama, dalam merespons hasil pertandingan, mereka mengalami perubahan suasana hati yang dipengaruhi oleh kemenangan atau kekalahan Manchester United. Kedua, rivalitas antar klub memainkan peran penting dalam membentuk sikap pribadi para supporter terhadap klub lain, menganggap rival-rival Manchester United sebagai rival mereka sendiri. Ketiga,



lamanya keanggotaan dalam komunitas pendukung Manchester United menjadi indikator keberlanjutan dan kedalaman fanatisme para supporter. Selain itu, dukungan positif dari keluarga juga memberikan dampak yang signifikan pada semangat mereka untuk mendukung Manchester United dan berpartisipasi aktif dalam komunitas United Indonesia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zakaria (2023) menunjukkan bahwa bentuk fanatisme terhadap idola akan menimbulkan kecocokan yang membuat orang mempunyai keinginan diakui dan digemari. Fanatisme ini bisa terjadi karena adanya hal yang diyakini secara berlebihan, jika fanatisme ini sudah menimbulkan hal yang negatif atau merugikan orang lain maka bisa dikatakan fanatisme ini sudah masuk sebagai gangguan psikologis

Dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa fanatisme adalah upaya untuk menunjukkan eksistensi diri sekaligus membentuk identitas sebagai supporter di lingkungan sosial. Hal ini ditunjukkan dengan banyak orang memakai kaos bergambar atau bertuliskan pemain atau klub idolanya. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian ini terhadap beberapa fans manchester united mereka sering menemukan beberapa fans klub lain menghina manchester united dan mereka berusaha membela dengan membalas perkataan mereka dan juga membeli *merch*, menghafal hymne klub, dan juga terus menonton pertandingan Manchester united tanpa ketinggalan satupun bahkan mereka mencintai klubnya seperti tambahan hatinya (Zakaria , 2023).

Pembentukan identitas para supporter terjadi karena pengaruh dari keluarga, lingkungan sekitar, dan media massa. Proses pembentukan identitas fans ini melibatkan dua komponen utama. Pertama, tahap eksplorasi di mana para supporter mencari informasi awal mengenai sepakbola dan Manchester United yang diperkenalkan oleh keluarga, lingkungan sekitar seperti teman, dan juga melalui media massa, khususnya televisi sebagai lembaga pembentukan identitas. Setelah identitas fans sepakbola dan fans Manchester United terbentuk melalui tahap eksplorasi, mereka menunjukkan komitmen yang tercermin dari lamanya masa keanggotaan sebagai fans sepakbola dan fans Manchester United. Pentingnya komitmen ini juga dipertegas melalui dedikasi pribadi mereka yang

berkelanjutan untuk mendukung Manchester United dalam jangka waktu yang Panjang (Duffet, 2019).

Selain itu, lama keanggotaan dalam komunitas pendukung Manchester United juga mencerminkan tingkat fanatisme mereka. Keikutsertaan mereka dalam komunitas ini selama lebih dari 3 tahun menunjukkan komitmen dan keterlibatan yang berkelanjutan dalam mendukung klub kesayangan mereka. Terakhir, dukungan positif yang diberikan oleh keluarga supporter memiliki dampak signifikan pada semangat mereka untuk mendukung Manchester United dan aktif berpartisipasi dalam komunitas United Indonesia (Dimas, N. W. 2020).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi dari anggota komunitas united mansion terhadap fanatisme dalam sepakbola. Penelitian ini juga dilakukan juga karena untuk mengetahui faktor faktor yang mendukung dan aktivitas terkait fanatisme.

Penelitian ini memfokuskan pada fanatisme para supporter klub sepakbola Manchester United, terutama dalam konteks komunitas United Mansion. Sebuah penelitian sebelumnya oleh Okly Widyo Hutomo (tahun tidak disebutkan) membahas pola komunikasi organisasi fans club Manchester United (United Indonesia) chapter Solo. Penelitian tersebut mengungkap bahwa pola komunikasi dalam UI chapter Solo berjalan dengan baik, memungkinkan mereka melaksanakan berbagai acara untuk saling mengenal satu sama lain. Saran dari penelitian tersebut adalah agar UI chapter Solo membuat lebih banyak program menarik seputar Manchester United. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokusnya pada pola komunikasi, bukan pada perilaku fanatisme supporter klub Manchester United.

Sebuah penelitian oleh Agustinus Galih Permadi (tahun tidak disebutkan) berjudul "Motif Penggemar Klub Manchester United dalam Penggunaan Media Online Manutd.com pada United Indonesia: Survei Terhadap Komunitas United Indonesia Chapter Tangerang." Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mengetahui motif penggemar Manchester United dalam menggunakan media online Manutd.com. Kesimpulan dari penelitian ini adalah motif utama para penggemar adalah untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang Manchester United. Saran penelitian ini adalah

perlu penjelasan lebih rinci mengenai motif para anggota UI chapter Tangerang dalam menggunakan media online. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus pada motif penggunaan media online oleh anggota komunitas

Penelitian oleh Adjie Rahmansyah membahas fanatisme terhadap klub sepakbola Manchester United, dengan fokus pada makna yang didapatkan seorang fans yang fanatik terhadap klub tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana fanatisme fans terhadap klub idolanya. Saran yang dapat diberikan adalah memberikan penjelasan lebih rinci terhadap fenomena fanatisme dari fans klub Manchester United. Perbedaan penelitian ini adalah pemahaman yang lebih mendalam terhadap makna fanatisme dari perspektif para fans.

Deli Martin melakukan penelitian berjudul "Fenomena Loyalitas Fans Club Manchester United Regional Bandung" dengan menggunakan pendekatan kualitatif analisis isi deskriptif. Penelitian ini menggambarkan latar belakang terjadinya fenomena loyalitas fans MU cabang Bandung. Penelitian ini dapat memberikan insight lebih lanjut tentang perilaku fanatisme para supporter klub di wilayah Bandung. Perbedaan penelitian ini adalah pengambilan sampel dari fans MU di Bandung, dengan fokus pada fenomena loyalitas.

Dalam konteks penelitian ini, fokus utamanya adalah persepsi anggota komunitas United Mansion terhadap fanatisme dalam sepakbola. Penelitian ini mencoba memahami faktor-faktor yang mendukung fanatisme dan aktivitas terkait fanatisme di komunitas tersebut. Dengan memahami pandangan dan pengalaman para supporter, penelitian ini berusaha memberikan wawasan lebih lanjut tentang dinamika fanatisme di kalangan fans klub sepakbola Manchester United, khususnya yang tergabung dalam komunitas United Mansion.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan tulisan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana persepsi para anggota komunitas united mansion terhadap fanatisme dalam sepakbola?
2. Faktor apa saja yang mendukung fanatisme para anggota komunitas united mansion dalam sepakbola?
3. Apa saja aktivitas terkait fanatisme yang pernah dilakukan oleh para anggota komunitas united mansion?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai persepsi anggota komunitas united mansion terhadap fanatisme dalam sepakbola.
2. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai faktor pendukung fanatisme dari anggota united mansion menjadi fanatik
3. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas apa saja yang sudah dilakukan terkait fanatisme oleh para anggota komunitas united mansion

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Dengan penelitian yang terkait, harapannya penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi peneliti lainnya khususnya di area fanatisme dalam olahraga.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang ada diharapkan dapat bermanfaat bagi pengurus komunitas untuk dapat mengelola anggotanya agar mereka dapat menyalurkan fanatisme dengan baik sebagai penggemar sepakbola

