

LABEL MASKULIN PADA PEREMPUAN PENGGEMAR KLUB SEPAKBOLA

(Studi Pada Perempuan Anggota United Indonesia Chapter Lampung)

Hairani Heryadi¹⁾, Tia Lidarni²⁾ Ahmad Rudy Fardiyani³⁾

¹⁾Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, Indonesia

²⁾Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana, Indonesia

³⁾Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, Indonesia

*Corresponding authors: hairani1989@gmail.com

ABSTRAK

Meskipun sepakbola identik dengan kaum pria, namun cukup banyak perempuan yang menggemari tayangan sepakbola bergabung dalam komunitas penggemar klub sepakbola. Hal ini mendorong lahirnya label maskulin pada perempuan penggemar klub sepakbola. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman fenomenologis terhadap perempuan penggemar klub sepakbola yang mendapat label maskulin, mengetahui faktor pendorong menyaksikan tayangan sepakbola oleh perempuan, apa motivasi perempuan bergabung dalam *fans club* sepakbola, dan bagaimana identitas tersebut terbentuk. Penelitian bersifat kualitatif dengan metode observasi dan wawancara terhadap anggota perempuan dari *United Indonesia Chapter Lampung* (UICL). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendorong menyaksikan sepakbola di kalangan perempuan muncul dari keluarga dan pertemanan. Faktor lainnya adalah elemen dari sepakbola itu sendiri seperti pemain, kostum dan atribut *fashion*. Motivasi perempuan bergabung dalam *fansclub* sepakbola didasari atas keinginan untuk menyerupai lingkungan terdekatnya, sekaligus menjadi pembeda dari perempuan lainnya. Identitas yang muncul sebagai perempuan "maskulin" merupakan identitas yang sengaja ditampilkan sebagai perannya dalam komunitas penggemar sepakbola. Dengan temuan tersebut, penelitian ini memberikan penjelasan dan bahan diskusi lebih lanjut tentang faktor penentu, motivasi, dan identitas yang membentuk sosok perempuan secara sosial. Menjadi perempuan merupakan hasil konstruksi sosial yang memberikan makna secara relatif, dinamis, dan dialektis.

Kata Kunci: Perempuan penggemar sepakbola, Maskulinitas, Motivasi, Identitas

ABSTRACT

Football is often associated with men. Meanwhile, a number of women enjoy watching football broadcasts and join football fans club. This has led to women fans being labeled as masculine women. This study was conducted to gain a phenomenological understanding of women football club fans who are given a masculine label, to identify the driving factors behind women watching football broadcasts, to understand their motivations for joining football fan clubs, and to examine how this identity is formed. The study is qualitative, employing observation and interviews with female members of the United Indonesia Chapter Lampung (UICL). The results indicate that the driving factors for women watching football come from family and close friends. Other factors include elements inherent to football itself, such as players appearance and fashion attributes. Women's motivation to join football fan clubs is based on the desire to resemble their immediate environment, while also distinguishing themselves from other women. The identity that emerges as 'masculine' women is an identity deliberately displayed as their role within the football fan community. With these findings, this study provides explanations and further discussion material on the determining factors, motivations, and identities that shape women socially. Being a woman is the result of a social construction that gives meaning in a relative, dynamic, and dialectical way.

Keywords: Football fans women, Masculinity, Motivation, Identity

PENDAHULUAN

Dalam perspektif gender, dunia sosial dilihat sebagai sebuah dikotomi antara feminin dan maskulin. Gender feminin merepresentasikan perempuan sedangkan gender maskulin merepresentasikan laki-laki. Ideologi ini menjadi faktor penentu yang mengatur tentang sistem nilai, kebiasaan, dan distribusi peran laki-laki dan perempuan di dalam masyarakat. Ideologi ini dibentuk dan disebarluaskan oleh media massa melalui beragam konten dan turut serta membentuk konstruksi sosial atas gender. Kita bisa dengan mudah menemukan bahwa beberapa tayangan tertentu seolah diperuntukkan bagi laki-laki sedangkan beberapa tayangan diperuntukkan kepada perempuan (Palupi, 2004).

Tayangan olahraga misalnya, dikemas dengan menghadirkan beberapa komentator laki-laki yang sangat fasih bicara tentang olahraga tersebut, sementara peran *host* perempuan digunakan sebagai "hiasan" yang mempercantik tayangan. Tidak penting apakah *host* perempuan tersebut memahami sepakbola atau tidak – hal ini bisa dibantu dengan *prompter*, yang terpenting adalah berpenampilan menarik dan – jika perlu – berpakaian minim. Tidak jarang *host* perempuan tampil sekedar membawakan program kuis dari tayangan sepakbola. Kondisi dimana perempuan menjadi marjinal di sini menunjukkan apa yang dimaksud oleh para feminis sebagai "dunia yang maskulin". Dunia dimana perempuan berada dalam posisi subordinat dari laki-laki. Ada wilayah tertentu yang dianggap sebagai wilayah laki-laki, umumnya di ruang publik seperti kantor, lapangan, jalan, dan sebagainya, dan ada pula wilayah perempuan yang umumnya merupakan wilayah privat seperti di rumah tangga (Maulana, 2025).

Tayangan sepakbola bisa dikatakan sebagai tayangan yang identik dengan laki-laki. Namun begitu, faktanya tidak sedikit kaum perempuan yang menyukai tayangan sepakbola. Sebagian perempuan penggemar sepakbola ini, menganggap bahwa tayangan sepakbola di televisi lebih menarik dibandingkan program acara lain seperti *infotainment*, sinetron, ataupun lomba memasak yang secara tradisional disematkan oleh media terhadap perempuan.

Berdasarkan data dari Nielsen (2023), jumlah perempuan *fans* (penggemar) sepakbola di seluruh dunia terus meningkat. Kondisi ini menunjukkan bahwa munculnya perempuan sebagai penonton sepakbola telah menjadi fenomena yang

menambah daya tarik sepakbola, khususnya sebagai sebuah tontonan kaum laki-laki. Perempuan di sini bukan sekedar penonton sepakbola, tetapi juga menjadi bagian dari *fans* (penggemar) dari tim atau klub sepakbola tertentu. Mereka menjadi bagian dari penggemar yang secara tradisional identik oleh laki-laki. Meskipun begitu, masih sering dijumpai praktik diskriminasi pada perempuan penggemar sepakbola, dimana mereka sering dianggap *fomo* dan *fandom* (CNNIndonesia, 2024).

Di Indonesia, salah satu *fans club* yang terbesar dan aktif saat ini adalah *fans* dari klub Manchester United, yang diklaim memiliki anggota sebanyak 20.000 orang (Kurniawan, 2024). Untuk wilayah Lampung sendiri, berdasarkan pengamatan penulis, United Indonesia Chapter Lampung (UICL) memiliki jumlah anggota aktif perempuan sebanyak 35 orang. Menjadi “perempuan” sekaligus penggemar sepakbola, bisa jadi menciptakan pemaknaan tertentu karena adanya nilai-nilai gender yang dianut masyarakat. Bisa jadi label “tomboy” disematkan pada kalangan perempuan *fans* sepakbola. Pertanyaan yang muncul kemudian, mengapa perempuan yang secara sosio-kultural identik dengan makna feminin, memilih untuk memasuki area yang identik dengan maskulinitas? Konstruksi sosial membuat makna feminin dan maskulin menjadi makna yang cair, dialogis dan dialektis. Faktor latar belakang sosial-budaya, motivasi, dan peran sosial menjadi elemen yang menentukan bagaimana makna feminin-maskulin di reproduksi dan didistribusi sehingga turut membentuk realitas sosial bagi individu maupun kelompok (Fiske, 2002).

Menjadi seorang perempuan penggemar sepakbola di Indonesia akan menghadapi *labeling*, stigma, dan diskriminasi, berkaitan dengan nilai-nilai yang diadopsi oleh masyarakat kita. Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat beberapa penelitian yang mengkaji persoalan terkait penggemar klub sepakbola dalam perseptif gender. Penelitian dari Jhalugilang (2012) mengungkap makna identitas penggemar sepakbola laki-laki. Penelitian dari Azizi (2017) mengamati konstruksi gender pada komunitas perempuan penggemar sepakbola. Masih terkait komunitas perempuan penggemar sepakbola, penelitian dari Bayu et al., (2024) mengkaji negosiasi identitas anggota komunitas tersebut. Selain itu, Rianingsih et al., (2019) menganalisis tentang fanatisme perempuan penggemar klub sepakbola. Adapun

penelitian dari Kusuma (2017) mengungkap tentang motivasi perempuan hadir menyaksikan sepakbola di stadion. Dari keseluruhan penelitian tadi, peneliti melihat belum ada penelitian yang mengungkap tentang bagaimana perempuan memandang diri mereka dalam label “maskulin” karena menjadi penggemar klub sepakbola. Lalu faktor apa saja yang mendorong mereka untuk menjadi demikian? Atas dasar persoalan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan pengetahuan dengan mencoba mengungkap apa faktor yang mendorong perempuan menyukai tayangan sepakbola, dan apa identitas yang dikehendaki oleh perempuan penggemar klub sepakbola?

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi dalam sudut pandang paradigma konstruktivisme, memandang bahwa interaksi antara individu dengan lingkungan sekitarnya menciptakan dialektika yang saling mengkonstruksi satu dengan lainnya (Littlejohn, 2009). Konsep konstruksi sosial menjelaskan bahwa manusia secara kontinu menciptakan realitas bersama melalui aktivitas dan interaksi dengan sesamanya, yang mana realitas tersebut dimaknai secara subjektif. Fenomena terbentuknya kenyataan dan pengetahuan di dalam seorang individu tidak lepas dari konstruksi yang dihasilkan melalui kehidupan sehari-hari yang mengalami dialektika (Storey, 2004).

Peter Berger (Bungin, 2008) menjelaskan bagaimana proses penerimaan individu dengan lingkungan yang baru melalui tiga tahapan yang terjadi secara terus-menerus sehingga akan membentuk kenyataan sosial yang diterima oleh individu. Proses ini disebut Berger sebagai konstruksi sosial. Tahapan-tahapan tersebut adalah eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Melalui ketiga tahapan ini realitas sosial diterima oleh individu, dianggap wajar, dan diterima secara baik sehingga menjadi bagian dari kehidupannya.

Selain lingkungan sekitar tempat individu beraktivitas sehari-hari, interaksi antara individu dengan media juga turut menentukan konstruksi realitas. Media sebagai sumber penyebaran informasi yang dikonsumsi oleh individu, berperan dalam menyebarluaskan dan merepresentasikan realitas serta budaya, bahkan secara global. Media dalam hal ini ikut mempengaruhi asimilasi budaya, yaitu bagaimana budaya dibagikan, dipelajari, ditiru, dan akhirnya diterapkan sehingga

membentuk percampuran budaya. Tidak jarang budaya yang disebarluaskan oleh media masuk, diterima, dan menggantikan budaya yang lama (Kellner, 2003).

Sebagai agen penyokong proses konstruksi sosial, media dalam konteks ini dianggap mempunyai peran yang aktif. Media bukan sekedar teknologi yang menyampaikan informasi, namun media juga ikut merekonstruksi realitas sehingga menciptakan makna-makna tertentu pada khalayaknya. Dalam pandangan determinisme teknologi, penggunaan teknologi komunikasi memiliki dampak langsung terhadap budaya dan masyarakat. Ide dari pandangan determinisme teknologi ini adalah bahwa perubahan dalam teknologi komunikasi akan menciptakan perubahan pada tatanan sosial maupun budaya. Secara spesifik, pandangan ini melihat bahwa penggunaan teknologi komunikasi menghasilkan perubahan dalam cara berpikir individu, bagaimana membangun masyarakat, dan apa bentuk budaya yang diciptakan melalui penggunaan teknologi tersebut (Nurudin, 2007).

Motivasi individu untuk melakukan suatu tindakan dapat dibagi menjadi dua, yaitu motivasi yang muncul dan berkembang dari internal individu itu sendiri (motivasi intrinsik) dan motivasi yang datang dari eksternal individu (motivasi ekstrinsik) (Ikmal et al., 2020). Motivasi muncul karena individu ingin memenuhi keinginan atau kebutuhan tertentu. Motivasi dari dalam diri sangat berkaitan dan saling mempengaruhi dengan motivasi dari luar. Interaksi individu dengan lingkungannya menghasilkan motivasi tersebut. Lingkungan sekitar yang mendukung motivasi individu, dapat membantu terwujudnya keinginan tersebut. Namun sebaliknya, jika faktor lingkungan sekitar tidak mendukung, maka upaya individu untuk mencapai motivasi tersebut bisa terhambat atau bahkan tidak terjadi sama sekali.

Dalam kaitannya dengan keanggotaan sebuah komunitas, dimana individu akan diidentifikasi berdasarkan keanggotaannya di komunitas tersebut, konsep tentang identitas menjadi penting untuk menjadi bagian dalam pembahasan di penelitian ini. Identitas menurut Stryker (2000) adalah penggabungan antara dua konsep, yaitu konsep peran dan konsep diri. Maksudnya, identitas individu ditentukan berdasarkan peran yang dijalankan oleh individu tersebut dalam interaksinya dengan orang lain. Karena individu menjalankan peran yang berbeda-

beda dalam setiap interaksinya, maka identitas individu pun menjadi cair, dinamis, dan kontekstual. Identitas ditentukan oleh ekspektasi individu itu sendiri dan perilaku dari pihak lain yang berinteraksi dengannya. Lebih lanjut, identitas juga dibagi menjadi dua jenis, yaitu identitas manifest dan identitas laten. Identitas manifest – disebut juga identitas nyata – adalah identitas yang disadari oleh individu. Identitas ini secara sadar ditampilkan dan dilegitimasi oleh masyarakat disekitarnya. Sedangkan identitas laten adalah identitas yang muncul tanpa disadari, bahkan tidak diinginkan oleh individu tersebut. Identitas laten muncul sebagai konsekuensi dari perilaku yang ditampilkan saat menjalankan peran sosial dan bersifat *unpredictable* (Stryker, 2000).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data utama dikumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara kepada informan. Data pendukung/sekunder menggunakan dokumentasi berupa foto, aksesoris, kartu anggota, dan sebagainya. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan literatur dari konsep yang terkait dengan tema penelitian.

Informan pada penelitian berjumlah 6 (enam) orang dengan kriteria berupa perempuan, anggota aktif dalam komunitas United Indonesia Chapter Lampung (UICL), dan mempunyai informasi yang dibutuhkan untuk menjawab persoalan yang diteliti. Data dianalisis menggunakan teknik interpretatif melalui reduksi, kategorisasi, dan penarikan makna secara tematik untuk menemukan faktor pendorong perempuan menyukai dan menyaksikan tayangan sepakbola, motivasi perempuan untuk bergabung dalam komunitas penggemar klub sepakbola, serta identitas yang dikehendaki oleh perempuan yang menjadi penggemar sepakbola.

HASIL DAN PEMBAHASAN

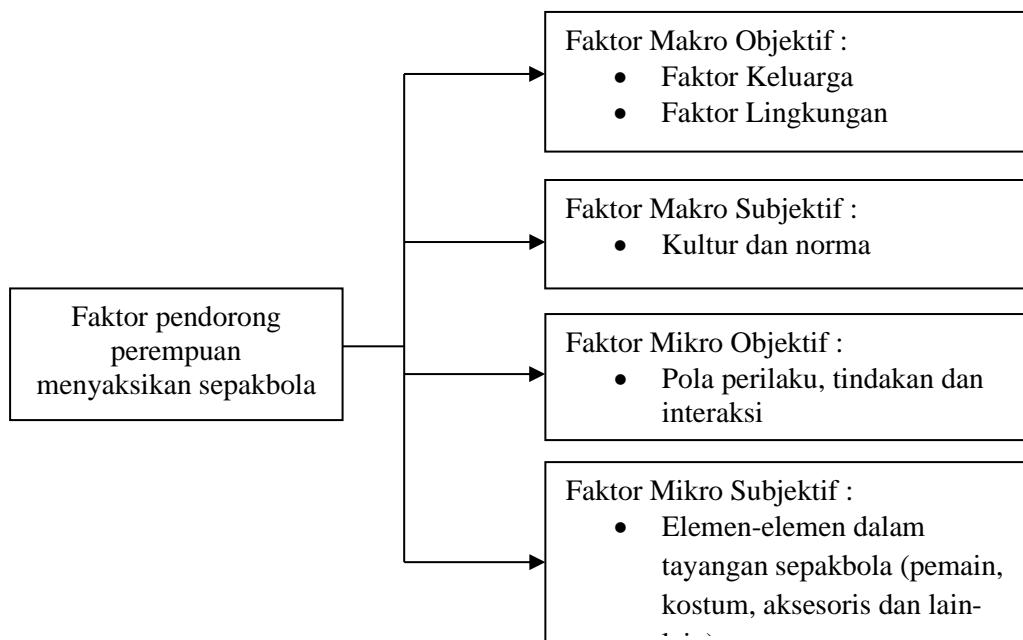
Faktor Pendorong Menyaksikan Tayangan Sepakbola Pada Perempuan

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas informan dalam penelitian ini mulai tertarik menyaksikan tayangan sepakbola sejak mereka duduk dibangku sekolah menengah pertama. Hal ini didorong oleh beberapa faktor yaitu *pertama*: kegemaran anggota keluarga terhadap tayangan dan berita seputar sepakbola;

kedua: lingkungan pertemanan di sekolah yang gemar membicarakan sepakbola, dan *ketiga*: elemen-elemen di dalam sepakbola itu sendiri, seperti fisik para pemain yang dianggap berpenampilan menarik, logo dan *merchandise* klub sepakbola yang dianggap keren serta menarik perhatian. Ditinjau dari konsep konstruksi sosial, kondisi ini sesuai dengan penjelasan bahwa konstruksi realitas dihasilkan melalui interaksi sosial, sebagaimana dikutip dalam O'Brian, et al., (2001), yakni bahwa interaksi yang berlangsung secara berulang dan berkelanjutan membentuk ketiga proses konstruksi, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi pada individu. Pada penelitian ini, proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang dialami individu diperoleh dari interaksi di berbagai lingkungan yang informan jalani setiap harinya, yaitu di keluarga, lingkungan pertemanan, serta media massa.

Melalui penjelasan diatas, penulis menyimpulkan hasil tersebut ke dalam model berikut ini:

Bagan 1. Model Pembahasan Faktor Pendorong Kultur Menyaksikan Tayangan Sepakbola oleh Kaum Perempuan



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Motivasi Bergabung dengan United Indonesia Chapter Lampung (UICL)

Motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang belum dan harus dipenuhi. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan itu akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu agar tujuannya tercapai. Dorongan-dorongan tersebut

diwujudkan dalam bentuk tindakan dan perilaku. Dalam konteks penelitian ini, bergabungnya individu ke dalam komunitas merupakan perwujudan atas dorongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang ada di dalam individu tersebut.

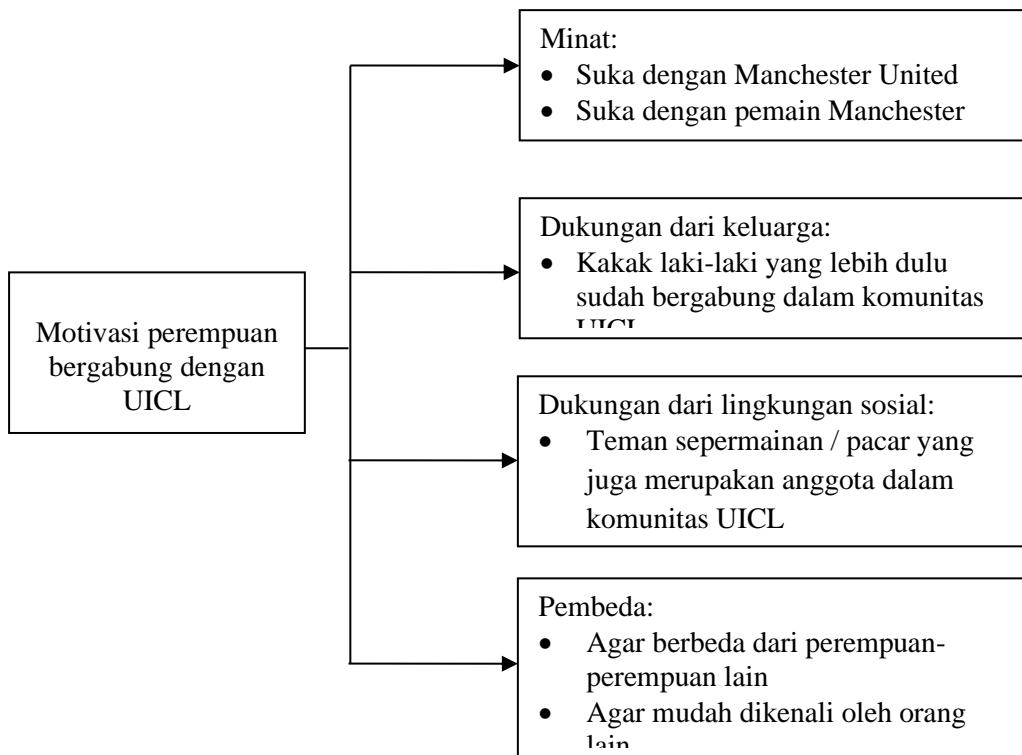
Sebagaimana dinyatakan oleh Ikmal et al. (2020), motivasi bergabungnya perempuan ke dalam komunitas penggemar klub sepakbola di dorong oleh adanya kebutuhan internal dan kebutuhan eksternal. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan psikis yang terdapat dalam diri individu seperti kebutuhan akan rasa cinta, kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Berdasarkan hasil penelitian (2024), terdapat sejumlah motivasi yang menjadi latar belakang bergabungnya informan ke dalam komunitas *fansclub* sepakbola, baik yang berasal dari dalam, maupun dari luar individu. Faktor internal yang *pertama* adalah minat atau ketertarikan pada klub sepakbola yang lahir dari ketertarikan pada logo klub, desain *jersey kit*, dan penampilan fisik para pemain sepakbola di klub tersebut. Selain minat atau ketertarikan ini, faktor internal *kedua* adalah keinginan informan untuk memiliki citra yang berbeda dengan kebanyakan perempuan lainnya. Di sini, karakter informan dan lingkungan terdekat informan menjadi faktor yang membuat informan termotivasi untuk membentuk identitas yang berbeda dari identitas perempuan secara umum. Faktor eksternal yang dimaksud dalam bagian ini adalah adanya dukungan dari keluarga/kerabat laki-laki serta lingkaran pertemanan bahkan pacar. Hal ini berarti laki-laki yang memiliki hubungan dekat dengan informan memiliki peran besar dalam motivasi perempuan untuk bergabung dalam komunitas penggemar klub sepakbola.

Merujuk pada Ikmal et al., (2020), perempuan penggemar klub sepakbola pada informan di penelitian ini memperoleh motivasi baik dari dalam maupun dari luar individu. Motivasi internalnya adalah ketertarikan perempuan pada paras pemain sepakbola dan elemen-elemen klub seperti *jersey kit* dan *merchandise*. Adapun motivasi eksternalnya adalah lingkungan sekitar informan yang secara kontinu menanamkan objektivasi, meminjam istilah Berger dalam Bungin (2008) tentang tayangan sepakbola. Pada penelitian ini, kedua unsur motivasi tersebut saling memperkuat satu sama lain sehingga meneguhkan motivasi perempuan untuk bergabung menjadi anggota komunitas penggemar klub sepakbola.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis merumuskannya dalam model berikut ini:

Bagan 2. Model Motivasi Perempuan Bergabung dengan UICL



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Identitas Perempuan Penggemar Sepakbola

Teori Styker (2000) mengombinasikan konsep peran (dari teori peran) dan konsep diri/*self* (dari teori interaksi simbolik). Bagi setiap peran yang akan ditampilkan dalam berinteraksi dengan orang lain, individu mempunyai definisi tentang diri sendiri yang berbeda dengan orang lain, yang oleh Styker dinamakan “identitas”. Jika individu memiliki banyak peran, maka individu memiliki banyak identitas. Perilaku individu dalam suatu bentuk interaksi, dipengaruhi oleh harapan peran dan identitas diri individu tersebut, begitu juga perilaku pihak yang berinteraksi dengan individu.

Informan pertama menjelaskan bahwa identitas yang ingin dibentuk saat ia bergabung dalam komunitas UICL bukanlah ajang untuk gaya-gayaan, tetapi dikarenakan ia memang menyukai Manchester United dan ia tidak ingin dianggap sebagai fans karbitan atau fans ikut-ikutan yang hanya mendukung dan mengeluhkan Manchester United disaat club tersebut menang, melainkan menang dan kalahnya Manchester United, ia akan tetap mendukung. Hal ini senada dengan

informan keempat dan informan kelima yang mengatakan bahwa masuknya seseorang dalam komunitas fansclub tertentu merupakan bukti kecintaannya pada suatu club kebanggaan mereka.

Sedangkan informan kedua dan informan keenam menginginkan dengan masuknya mereka ke dalam suatu komunitas, akan menjadi sesuatu yang berbeda dengan perempuan lain pada umumnya. Informan ketiga pun sepandapat dengan apa yang disampaikan oleh informan kedua dan keenam. Dengan masuknya ke dalam suatu komunitas, dalam hal ini komunitas UICL tentunya akan menjadi suatu ciri khas yang mudah untuk diingat oleh orang lain dan akan menjadi identitas tersendiri bagi individu.

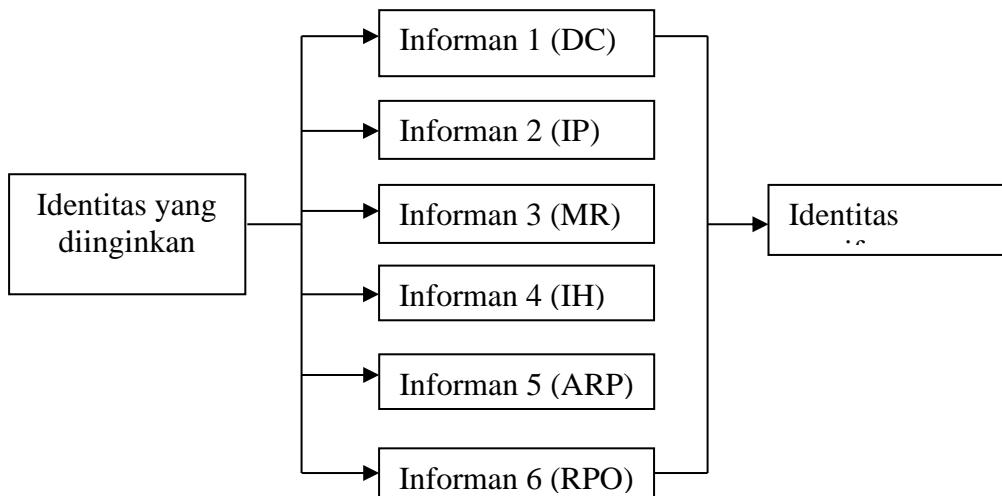
Kendala yang dihadapi oleh informan dalam berkomunikasi dengan masyarakat tidak terlalu banyak. Dalam kehidupan sehari-hari, perempuan penggemar sepakbola jauh lebih mudah untuk berkomunikasi dan berteman dengan lawan jenis yaitu laki-laki dibandingkan dengan perempuan yang tidak gemar akan sepakbola. Namun, image yang menempel pada perempuan penggemar sepakbola terkadang menyulitkan keenam informan dalam beberapa hal, seperti sulitnya menghadiri agenda nonton bareng yang diadakan oleh komunitas karena kendala ijin dari orang tua yang tidak memperbolehkan anak perempuannya untuk keluar pada malam hari apalagi sampai harus pulang pada dini hari, belum lagi pandangan negatif dari tetangga-tetangga disekitar rumah informan.

Ditinjau menggunakan teori Stryker (2000), apa yang dialami keenam informan adalah bentuk konsekuensi dari identitas yang terbangun dari peran mereka dalam lingkungan sekitar, yaitu komunitas penggemar sepakbola. Para informan yang memiliki identitas sebagai “perempuan maskulin” lebih mudah untuk berinteraksi dengan lawan jenis, khususnya yang menggemari sepakbola. Namun begitu, identitas informan sebagai “perempuan” masih menemui ganjalan dalam mengikuti setiap kegiatan komunitas penggemar klub sepakbola. Hal ini menandakan budaya patriarki dimana perempuan mempunyai peran tertentu secara sosial sehingga setiap bentuk anomali seperti perempuan maskulin, kesulitan untuk menjalankan “peran maskulinnya” seperti menonton bareng tayangan sepakbola.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa pembentukan identitas perempuan penggemar sepakbola adalah agar dapat dipandang sebagai fans yang

utuh dan membuat sesuatu yang berbeda dari perempuan kebanyakan, dimana identitas tersebut merupakan identitas manifes atau identitas nyata yaitu identitas yang diinginkan dan disadari oleh individu tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis menyimpulkan dalam sebuah model berikut ini:

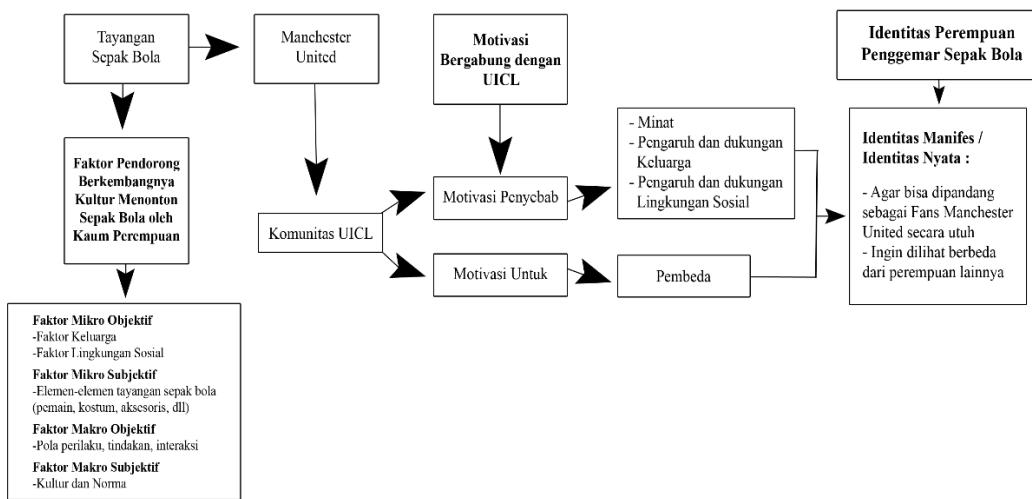
Bagan 3. Model Pembentukan Identitas Perempuan Penggemar Sepakbola



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan penjelasan pembahasan diatas, penulis menyimpulkannya dalam sebuah model sebagai berikut :

Tabel 4. Model Rangkuman Pembahasan



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa ideologi yang tampak dari suatu fenomena, dapat diamati melalui interaksi antara individu dengan lingkungan sekitarnya atau masyarakat secara umum sebagai sebuah realitas kongkret. Sama

halnya dengan kehadiran perempuan penggemar sepakbola yang menjadi fokus dalam penelitian penulis. Budaya patriarki yang berlaku dalam tatanan hidup masyarakat menyebabkan terpasangnya posisi laki-laki maupun perempuan. Masyarakat patriarki membentuk batasan yang tegas tentang pemisahan speran erta karakter yang diharapkan dari perempuan dan laki-laki. Perempuan harus bersikap lemah lembut, sensitive, melankolis, keibuan, dan sifat-sifat feminim lainnya. Sementara itu laki-laki diharapkan untuk menjadi sosok yang kuat, perkasa, melindungi, dan rasional. Pemisahan peran dan karakter antara perempuan dan laki-laki ini menjadi norma yang dispakati, dijalankan, dan diwariskan secara turun temurun. Penyebaran konten media berupa tayangan sepakbola turut menyebarkan budaya dan ideologi tertentu, dimana salah satu dampaknya adalah pada peran dan identitas gender. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan tokoh determinisme teknologi, McLuhan (dalam Nurudin, 2007) yakni, bahwa perubahan pada teknologi komunikasi akan menghasilkan perubahan dalam tatanan budaya maupun sosial. Ia berargumen bahwa teknologi dipastikan akan menyebabkan perubahan dalam pemikiran individu, pembangunan masyarakat, dan penciptaan bentuk budaya. Keinginan untuk berbeda secara identitas dengan perempuan lain yang dialami perempuan penggemar sepakbola merupakan contoh dari pergeseran nilai-nilai budaya ini.

Konstruksi realitas di masyarakat tentang pemahaman bahwa dunia sepakbola adalah dunia maskulin yang didominasi oleh kaum laki-laki membuat kaum perempuan seolah telah tersingkirkan dari aktivitas olahraga. Olahraga sebagai suatu tontonan, melalui pertandingan, kompetisi, dan sebagainya, dianggap seperti aktivitas kerja pada umumnya, yang sepatutnya diisi oleh kaum laki-laki. (Sen, et al., 2007). Apa yang diimajikan oleh masyarakat dan para lelaki tentang dunia sepakbola tersebut terlihat biasa dan seolah tak mengandung persoalan. Namun, jika ditelisik lebih jauh tersimpul sebuah praksis laki-laki atau ritual laki-laki. Itulah praksis konkret dari ideologi maskulin yang di dalamnya terdapat kompetisi dan praksis "homososial" di mana laki-laki secara bersama-sama mengonstruksi dunia sosial yang eksklusif bagi perempuan (Wandi, 2015). Tujuannya, sadar atau tidak, laki-laki membangun sebuah imaji komunitas yang imun, tak tersentuh, dan jauh dari campur tangan perempuan.

Keterlibatan perempuan dalam olahraga bisa dibilang lahir sebagai salah satu implikasi dari adanya gerakan sosial perempuan yang berkembang secara global. Gerakan sosial ini dijalankan untuk emansipasi perempuan, mendorong perempuan untuk berkembang menjadi manusia yang paripurna dengan mengembangkan potensi intelektual dan fisik mereka. Pengembangan potensi perempuan merupakan alasan dasar partisipasi perempuan dalam berbagai dimensi kehidupan sosial dan budaya. Dalam bidang olahraga, kesadaran akan manfaat aktivitas jasmani bagi kesehatan telah mendorong para perempuan untuk mencoba kesempatan terlibat dalam berbagai aktivitas olahraga. Aktivitas jasmani yang dilakukan para perempuan juga telah mengubah *image* feminitas melalui pengembangan kompetensi dan kekuatan fisik mereka.

Dinyatakan oleh Ikmal et al. (2020) bahwa motivasi perempuan untuk mempunyai peran yang lebih maskulin dibandingkan peran yang ditentukan secara sosial budaya, lahir dari internal dan eksternal perempuan itu sendiri. Motivasi internal muncul sebagai bentuk internalisasi (meminjam istilah Konstruksi Sosial dari Berger dalam Bungin, 2008) dari tayangan media, mendorong lahirnya ide-ide tentang kebebasan dan individualisme. Motivasi eksternal muncul dari lingkungan sekitar yang menerima kehadiran perempuan dalam “aktivitas maskulin”.

Ruang-ruang sosial semacam kelompok penggemar dan pengikut klub sepakbola yang menjadi arena di mana laki-laki berjuang mendapatkan kehormatan, kekuasaan, dan identitas maskulin kini mulai diwarnai dengan kehadiran anggota perempuan di dalamnya. Kehadiran perempuan penggemar sepakbola ditengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan salah satu bukti nyata bahwa bahwa dunia manusia sebenarnya ditandai oleh keterbukaan, dan perilakunya hanya sedikit saja yang ditentukan oleh naluri. Identitas dan peran yang dinyatakan saling terhubung oleh Stryker (2000) bersifat dinamis dan kompleks, selalu berubah-ubah seiring waktu dan tempat. Manusia merupakan subjek aktif yang selalu berdialektika atas diri dan perannya dalam masyarakat. Perempuan penggemar sepakbola yang menjadi informan dalam penelitian ini dengan sadar membentuk perilakunya memaksakan suatu tertib pada pengalamannya. Hal ini berlangsung secara terus-menerus, dengan kesadaran intensionalnya selalu terarah dan dipengaruhi oleh objek yang berada diluarnya, hingga relasinya dengan

masyarakatnya dan segala pranatanya, bersinggungan secara dialektis (Giulianotti, 1994). Perempuan penggemar sepakbola memiliki peran dan identitas yang berbeda dan berubah-ubah menyesuaikan tempat dan waktu.

Dari rangkaian narasi di atas, maka dalam penelitian ini dapat bahwa, apabila motivasi perempuan bergabung dengan komunitas penggemar sepakbola atas dasar minat, pengaruh dukungan keluarga dan pengaruh dukungan lingkungan sosial, maka penggambaran diri dengan identitas yang diinginkan oleh perempuan penggemar klub sepakbola yaitu agar bisa dipandang sebagai penggemar puritan dan murni. Sedangkan, apabila motivasi perempuan bergabung dengan komunitas atas dasar pembeda maka penggambaran diri dengan identitas yang diinginkan yaitu ingin dilihat berbeda dari perempuan lainnya, dimana identitas yang diinginkan tersebut adalah sebagai kebutuhan akan aktualisasi diri.

SIMPULAN

Kultur menyaksikan dan menggemari sepakbola di kalangan perempuan berasal dari lingkungan terdekat seperti keluarga dan teman berinteraksi sehari-hari. Faktor dari lingkungan luar ini juga turut memengaruhi motivasi perempuan bergabung dalam komunitas *fansclub* UICL. Proses konstruksi sosial yang dialami perempuan melalui tiga unsur: keluarga, teman terdekat, dan media memengaruhi negosiasi identitas pada perempuan untuk berani mengekspresikan diri berdasarkan nilai-nilai yang diyakini, yaitu menjadi identitas “perempuan maskulin”. Identitas “perempuan maskulin” dibangun untuk memperoleh pengakuan dari keluarga dan lingkungan pertemanan terdekat bahwa mereka (perempuan) telah menjadi bagian dalam kelompok (dalam hal ini komunitas penggemar klub sepakbola).

Label maskulin pada perempuan penggemar klub sepakbola merupakan label yang diterima dan disadari demi memperoleh penerimaan dari kelompok tempat perempuan tersebut berinteraksi secara rutin dan berkelanjutan. Namun begitu, label maskulin pada perempuan bersifat dialektikal; dinamis dan relatif, tergantung pada konteks situasi sosial. Untuk memperdalam pemahaman tentang tema ini, disarankan untuk mengkaji motivasi atau identitas terhadap kelompok yang mempunyai stereotip gender, baik pada profesi, komunitas/kelompok sosial, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizi, N. (2017). *Konstruksi Gender Di Indonesia: Studi Kasus Atas Partisipasi Perempuan Penggemar Klub Sepakbola Eropa Di Indonesia*. [Tesis tidak dipublikasikan]. Universitas Indonesia.
- Bayu J. S., Dwiningtyas, H., Rahmaja, L. R. (2024). Negosiasi Perempuan Penggemar Sepakbola. *Interaksi Online*, 12 (4), 674-689
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47417>
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Kencana Prenada. Media Group.
- CNN Indonesia. (2024, 28 Mei). PSSI: Jangan Diskriminatif ke Fans Perempuan Timnas Indonesia. *CNN Indonesia*.
[PSSI: Jangan Diskriminatif ke Fans Perempuan Timnas Indonesia](#)
- Fiske, J. (2002). *Introduction To Communication Studies*. Routledge: Taylor & Francis e-Library
- Giulianotti, R., William, J. (ed). (1994). *Game Without Frontiers: Football, Identity, and Modernity*. Ashgate.
- Ikmal, M. R. O., Nurazwa, A., Kamariah, N. (2020). *Hubungan Antara Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik Dengan Pencapaian Akademik Pelajar UTHM*. Kajian Kes Di Malaysia. Penerbit UTHM. [\(PDF\) Hubungan antara Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik Dengan Pencapaian Akademik Pelajar UTHM](#)
- Jhalugilang, P. (2012). *Makna Identitas Fans Club Sepakbola (Studi Kasus: Juventus Club Indonesia)*. [Tesis tidak dipublikasikan]. Universitas Indonesia.
- Kellner, D. (2003). *Media Culture; Cultural studies, Identity and Politics Between The Modern And Postmodern*. Routledge: Taylor & Francis e-Library.
- Kurniawan, H (2024, 24 Maret). Profil United Indonesia: Kelompok Fans MU Yang Punya Lebih Dari 20 Ribu Anggota. *Bola.com*. [Profil United Indonesia: Kelompok Fans MU yang Punya Lebih dari 20 Ribu Anggota - Inggris Bola.com](#)

- Kusuma, Y., B. (2017). Motivasi Kehadiran Penggemar Wanita di Stadion Sepakbola Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia* 1 (1), 18-33. <http://doi.org/10.26805/jmkli.v1i1.2>
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication edisi 9*. Salemba Humanika.
- Maulana, M. F., dkk. (2025). *Membincang Hegemoni Maskulinitas*. Unusia Press
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nielsen. (2023, Juli). Jumlah Penonton Olahraga Wanita Terus Meningkat. [Nielsen.com. Jumlah penonton olahraga wanita meningkat | Nielsen](#)
- Nurudin (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Perkasa.
- O'Brian, J., Kollock, Peter. (2001). *The Production of Reality: Essays and Reading on Social Interaction*. 3rd ed. Pine George Press.
- Palupi, S. A. (2004). *Politik dan Sepakbola*. Ombak.
- Rianingsih, C., Wulan, R. R., Malau, R. U. (2019). Fanatisme Fans Perempuan Dalam Mendukung Klub Sepakbola Manchester United (Studi Kasus Pada United Babes Of Bandung). *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (1), 188-194 [Vol. 8 No. 1 Januari – Juni 2019 | KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi](#)
- Sen, K., & Hill, D. (2007). *Media, Culture And Politics in Indonesia*. Equinox Publishing Indonesia
- Storey, J. (2004). *Teori Budaya dan Budaya Pop*. (Terj. Elli El Fajri). Penerbit Qalam.
- Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The Past, Present, and Future of an Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(4), 284–297. <https://doi.org/10.2307/2695840>
- Wandi, G., (2015). Rekonstruksi Maskulinitas: Menguak Peran Laki-Laki Dalam Perjuangan Kesetaraan Gender. *Kafa'ah: Journal of Gender Studies* 5(2) 239-255 <https://doi.org/10.15548/jk.v5i2.110>