BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola sebagai jenis olahraga yang digemari oleh hampir seluruh masyarakat di berbagai wilayah dunia. Permainan ini dapat dinikmati oleh semua kelompok usia dan berbagai lapisan sosial. Hingga kini, belum ada cabang olahraga lain yang mampu memperoleh antusiasme sebesar sepak bola di banyak negara. Karena popularitasnya yang begitu luas, para analis menilai bahwa sepak bola turut memberikan pengaruh pada berbagai bidang kehidupan, seperti sosial, ekonomi, politik, hingga hiburan (Rengga & Tjahja, 2016).

kuatnya daya tarik olahraga ini sehingga memunculkan sikap fanatisme sebagai bentuk dukungan ekstrem terhadap tim kesayangan yang dapat mempererat solidaritas, tetapi juga menimbulkan konflik antarpendukung. Fanatisme adalah keyakinan yang sangat kuat terhadap sesuatu objek tertentu. Orang yang fanatik akan menunjukkan perhatian yaitu rasa antusias yang mendalam, keterikatan emosional yang kuat, serta bentuk kecintaan dan ketertarikan yang begitu besar terhadap suatu objek. Kondisi ini umumnya berlangsung dalam rentang waktu yang panjang (Eliani dkk., 2018).

Sepak bola ditonton dengan tingkat fanatisme yang sangat tinggi bahkan sebagai bentuk fanatisme di Inggris, sepak bola sering kali dipandang begitu kuat hingga sepak bola dianggap menyerupai layaknya agama, bentuk fanatisme ini terkadang tampak tidak rasional. Hasil polling menunjukkan 66% penggemar sepak bola di Inggris setuju bahwa *"football was like a religion to them".* Sementara itu, polling terhadap penggemar sepak bola di seluruh Eropa menunjukkan bahwa sekitar 60% responden memiliki pandangan yang sama (Hughes, 2009 situs *comeonboro.com).*

Fanatisme sepak bola yang dipandang layaknya agama di Inggris tidak jarang berkembang menjadi bentuk fanatisme ekstrem yang berdampak negatif. Ketika dukungan terhadap klub tidak lagi rasional, emosi suporter mudah meledak, terutama pada pertandingan besar yang sarat rivalitas. Kondisi ini terlihat dari data penangkapan suporter di Inggris musim 2024–2025, di mana Manchester United

tercatat sebagai klub dengan jumlah fans ditangkap terbanyak, yaitu 121 orang, sementara Manchester City berada di posisi kedua dengan 94 penangkapan. Penangkapan ini umumnya terjadi akibat pelanggaran ketertiban umum, kerusuhan, dan perilaku agresif suporter saat atau setelah pertandingan besar, seperti laga Manchester United melawan Liverpool maupun derby Manchester. Data tersebut menunjukkan bahwa fanatisme yang berlebihan tidak hanya berhenti pada rasa cinta terhadap klub, tetapi dapat berubah menjadi tindakan ekstrem yang berujung pada konflik sosial dan intervensi aparat hukum (Bola.com, 2025).

Fanatisme juga muncul dalam rivalitas antara Millwall F.C. dan West Ham United F.C. karena beberapa hal yaitu kedua klub berasal dari wilayah London yang berdekatan, sehingga muncul persaingan kemudian Kedua, ada sejarah konflik antar suporter sejak dulu yang membuat rasa tidak suka terus diwariskan. Para fans merasa klub adalah simbol harga diri dan kebanggaan mereka, jadi ketika klub dihina atau kalah, mereka merasa ikut diserang. Sejatinya rivalitas dua klub yang berasal dari sebelah timur Kota London tersebut dimulai sejak dahulu yaitu berasal dari persaingan para kelas pekerja pembuatan kapal. Millwall yang terdiri dari para pekerja di *Isle of Dogs*, sementara pesaingnya *Thames Ironworks Football Club* yang saat ini menjadi West Ham United (Kompasiana, 2021).

Fanatisme sepak bola ini juga terjadi di Indonesia yang berujung pada peristiwa tragis berlangsung pada 1 Oktober 2022 di Stadion Kanjuruhan, Kabupaten Malang, Jawa Timur, saat kerumunan pascapertandingan sepak bola berujung pada jatuhnya korban jiwa. Laga tersebut mempertemukan Arema sebagai tuan rumah dengan rivalnya, Persebaya Surabaya. Kekacauan muncul setelah Arema mengalami kekalahan. Sampai tanggal 24 Oktober, jumlah korban jiwa mencapai 135 orang, sementara 583 orang lainnya mengalami cedera. Peristiwa ini tercatat sebagai tragedi sepak bola paling mematikan kedua di dunia, setelah insiden di Estadio Nacional, Peru, pada tahun 1964 yang merenggut 328 korban. Dengan demikian, Tragedi Kanjuruhan menjadi insiden terburuk dalam sejarah sepak bola Indonesia, serta salah satu yang paling parah di kawasan Asia dan Timur (DetikNews.com, 2022).

Selain itu penggemar club yang memiliki sikap fanatisme yang tinggi adalah club Barcelona dan Real Madrid. Bukan suatu pertanyaan baru lagi jika para penggemar kedua club ini selalu bertentangan satu sama lain. Sejak awal berdirinya, Barcelona dan Real Madrid memang telah berada dalam hubungan yang dipenuhi konflik. Tokoh yang kerap disebut sebagai pemicu utama permusuhan kedua klub tersebut adalah Jenderal Franco, penguasa diktator Spanyol pada era 1930-an. Pada salah satu pertandingan Barcelona mengalami kekalahan telak dengan kebobolan 11 gol. Sebagai bentuk protes, mereka melakukan satu serangan serius dan berhasil mencetak satu gol, sehingga laga berakhir dengan skor 11–1. Gol tunggal tersebut justru membuat Franco murka. Ia menuduh kiper Barcelona melakukan pengaturan pertandingan dan menjatuhkan larangan bermain seumur hidup. Sementara itu, Real Madrid klub kesayangan Franco yang berbasis di ibu kota Spanyol terus menerima dukungan penuh dari masa pemerintahannya (Okezone.com, 2021).

Berdasarkan daftar 25 klub sepak bola yang paling banyak didukung di dunia, Real Madrid FC menempati posisi pertama dengan persentase dukungan sebesar 15,68%, sementara FC Barcelona berada di posisi kedua dengan 10,40%. Tingginya angka dukungan ini menunjukkan bahwa kedua klub tersebut memiliki penggemar yang sangat besar dan tersebar di berbagai negara, tidak hanya di Spanyol. Sehingga peneliti memilih club ini sebagai bagaian dari penelitian ini. Banyak pendukung Real Madrid dan Barcelona merasa memiliki ikatan emosional yang kuat dengan klub, baik karena prestasi yang terus diraih, sejarah panjang klub, maupun rivalitas *El Clasico* yang selalu menarik perhatian publik dunia. Kondisi ini membuat dukungan terhadap kedua klub tidak sekadar sebagai hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas penggemarnya, sehingga fanatisme yang muncul cenderung kuat dan bertahan dalam jangka waktu yang lama (Bola.com, 2025).

Fanatisme antar fans ini bukan hanya terjadi di lapangan tapi dalam ruang digital sikap seperti ini banyak ditemui. Media sosial seperti TikTok menjadi wadah penting bagi ekspresi fanatisme, terutama di kalangan generasi muda yang aktif membagikan video dan komentar seputar tim mereka. Rivalitas antara fans

Barcelona dan Real Madrid, yang disebut sebagai *El Clasico* menjadi contoh nyata fanatisme ekstrem yang melampaui batas olahraga dan berkaitan dengan aspek budaya serta politik di media sosial, fanatisme sering terlihat dari cara penggemar mengekspresikan dukungan secara berlebihan terhadap klubnya. Hal ini muncul dalam bentuk konten yang menyerang atau merendahkan pihak lawan, komentar bernada kasar, penggunaan hashtag yang menunjukkan loyalitas tanpa batas, serta unggahan yang sengaja memancing emosi negatif. Perilaku seperti ini sering kali memicu konflik dan memperkeruh hubungan antar penggemar klub (Momani, 2020). Beberapa konten fanatisme di media sosial, seperti yang diposting oleh pengguna TikTok @tumtaka, tidak hanya menampilkan dukungan terhadap klub, tetapi juga memproduksi ujaran yang merendahkan kelompok lain. Dalam video tersebut, Coach Justin yang mengenakan jersey Arsenal menyatakan bahwa seluruh pemain Chelsea "tolol" dan memiliki kualitas kiper yang buruk. Selain itu, fans Chelsea disamakan dengan fans Manchester United sebagai "kardus". Pernyataan ini memperlihatkan bahwa fanatisme telah bergeser dari sekadar dukungan menjadi praktik yang menormalisasi penghinaan, memperkuat stereotip negatif, serta membangun posisi superior satu kelompok atas kelompok lainnya (@tumtaka, 2024).

Salah satu pengguna TikTok @dimdim.ditiya (Abang Abangan Bola), seorang kreator yang fokus membahas dunia sepak bola, khususnya Real Madrid. Akun ini memiliki sekitar 644,5 ribu pengikut dan 78,9 juta suka. Kontennya banyak membahas taktik permainan, prestasi, perbandingan dengan klub lain, serta kualitas pemain Real Madrid. Dalam penelitian ini, analisis wacana difokuskan pada isi konten yang diunggah, untuk melihat bagaimana fanatisme terhadap Real Madrid dituangkan dalam isi konten tersebut.

Adapun pengguna TikTok bernama @aarifinal (Ipin Kumis Tipis) yang dikenal sebagai kreator konten sepak bola dengan fokus utama pada *club* Barcelona. Akun ini memiliki sekitar 50,2 ribu pengikut dan 2,5 juta suka, menunjukkan ketertarikan besar dari warganet terhadap topik yang dibahas. Dalam unggahannya menampilkan analisis taktik permainan, pencapaian Barcelona, serta perbandingan dengan klub lain, disertai pembahasan ringan

tentang *club* sepak bola lainnya. Penelitian ini berfokus pada wacana yang terkandung dalam konten akun tersebut untuk melihat bagaimana bentuk-bentuk fanatism dalam rivalitas antara fans Barcelona dan Real Madrid pada konten unggahan TikTok.

Media sosial berperan penting dalam menjadikan masyarakat semakin mencintai olahraga sepak bola. Pertandingan dari liga-liga top Eropa, dokumenter mengenai pemain legendaris hingga berbagai tayangan yang menyenangkan seputar sepak bola kini bisa dengan mudah ditemukan. Konten-konten yang terus menerus ditampilkan dan menarik perhatian ini sering kali membuat seseorang yang awalnya hanya menonton sekedarnya akhirnya menjadi penggemar yang setia. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital seperti media sosial secara khusus, kini berperan sebagai sarana yang sangat efektif dalam memperluas jangkauan informasi serta memperkuat pengaruh dunia sepak bola. Selain berfungsi sebagai hiburan, platform ini juga menciptakan ruang interaksi serta meningkatkan ikatan emosional antara para penggemar dan aktivitas sepak bola di seluruh dunia (IDN Times, 2025).

Negara Indonesia, jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 139 juta orang, atau sekitar 49,9% dari seluruh populasi. Angka tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari aktivitas masyarakat sehari-hari, sebagaimana dilaporkan oleh We Are Social pada Januari 2024. Pada tahun yang sama, pengguna internet di Indonesia juga meningkat hingga mencapai 221 juta orang. Tingkat penetrasi internet turut naik dari 78,19% pada periode 2022–2023 menjadi 79,5% pada 2024, berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Kehadiran media sosial membawa perubahan pada pola perilaku masyarakat, termasuk dalam aspek budaya, etika, dan norma. Dengan jumlah penduduk yang besar serta keberagaman suku, ras, dan agama, Indonesia memiliki peluang terjadinya perubahan sosial yang sangat luas. Hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai kelompok usia kini memiliki dan menggunakan media sosial untuk mencari maupun membagikan informasi (Fatmawati, 2021).

Pada April 2025, jumlah pengguna TikTok di seluruh dunia diperkirakan mencapai 1,84 miliar. Angka tersebut menunjukkan bahwa sekitar 22,4% dari

populasi global telah memanfaatkan aplikasi tersebut dikutip dari laporan *We are Social.* TikTok kini tidak hanya digunakan sebagai konten video biasa, melainkan digunakan sebagai media untuk mengembangkan kreativitas dan menunjukkan bakat. Di platform media sosial TikTok banyak pengguna sering membuat video kreatif yang menarik dan juga membagikan aktivitas sehari-hari mereka melalui video yang diunggah. Tujuan mereka adalah agar video tersebut dapat menjadi viral dan dinikmati oleh pengguna lain. Oleh karena itu pembuatan video berfungsi sebagai sarana kreatif untuk menghasilkan konten. Para pengguna tersebut bisa disebut sebagai konten kreator seperti yang dikemukakan oleh Sekar dan Nuraeni (2019). Walaupun Instagram menempati posisi tertingi dengan pengguna terbanyak di dunia yang berjumlah 1,91 miliar pada Oktober 2025 artinya sebanyak 23,1% penduduk global telah menggunakan platform berbagi foto dan video tersebut. Walaupun begitu data pada Oktober 2025, Indonesia kembali menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Total pengguna TikTok di Indonesia mencapai 180,11 juta orang. Meski masih berada di posisi teratas secara global, jumlah ini sebenarnya menurun dibandingkan dengan data Juli 2025 yang sempat mencapai 194,37 juta pengguna, berdasarkan laporan (*We Are Social dan Meltwater,* 2025).

TikTok sebagai platform komunikasi dengan jangkauan yang sangat luas, terbukti memiliki dua sisi yang dapat berdampak positif maupun negatif bagi para penggunanya (Sari, 2022). Disisi lain, TikTok juga menjadi tempat untuk orang orang dalam memperdebatkan tentang sesuatu yang mereka sukai untuk harus lebih baik dari dari orang lain misalnya perdebatan tentang *club* bola terbaik menurut netizen. Rivalitas antara kedua *club* selalu memunculkan perdebatan publik melalui konten yang dibuat sehingga para penggemar lebih fanatik ke *club* yang mereka sukai.

Peneliti memilih untuk meneliti konten dari kedua akun TikTok yakni @dimdim.ditiya (fans Real Madrid) dan @aarifinal (fans Barcelona), karena keduanya menampilkan fanatisme sepak bola yang kuat dalam setiap kontennya. Kedua akun ini tidak hanya memiliki jumlah pengikut dan suka yang tinggi, tetapi juga konsisten mengunggah video yang menunjukkan bentuk dukungan fanatik

terhadap klub masing-masing. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada wacana fanatisme sepak bola yang terkandung dalam konten pada kedua akun di media sosial TikTok. Adapun penelitian yang hampir mirip yaitu "Fanatisme Sepak Bola: Analisis Visual Media Sosial Terhadap Anarkis Suporter oleh Nola Dkk (2023) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa visual yang ditampilkan di media sosial dapat memancing kemarahan suporter lain sehingga berpotensi menimbulkan bentrokan dan memperpanjang rangkaian kesalahpahaman. Elemen visual dalam setiap unggahan sangat memengaruhi cara pesan ditafsirkan, serta mampu menimbulkan efek positif maupun negatif bagi para audiens yang melihatnya.

Permasalahan penelitian ini muncul karena adanya konten fanatik tentang Barcelona dan Real Madrid yang diunggah oleh akun @ariffinal dan @dimdimtiya di media sosial TikTok. Konten tersebut berisi ejekan, sindiran, penghinaan, serta penonjolan kelebihan klub secara berlebihan. Bahasa yang digunakan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi membentuk cara pandang tertentu terhadap klub sendiri dan klub lawan. Penelitian ini memanfaatkan teori Analisis Wacana Kritis dari Norman Fairclough yang mencakup tiga komponen utama, yaitu teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Penelitian ini penting karena teks media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan sikap audiens. Jika fanatisme terus diproduksi melalui bahasa yang merendahkan atau memprovokasi, maka hal itu dapat memperkuat konflik antar pendukung. Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana wacana fanatisme sepak bola yang terkandung dalam konten yang di unggah oleh akun @aarifinal dan @dimdim.ditiya di media sosial TikTok. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih jauh mengenai "Analisis Wacana Fanatisme Sepak Bola Pada Rivalitas Fans Barcelona dan Real Madrid Di Media Sosial TikTok".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Wacana Fanatisme Pada konten yang diunggah oleh @aarifinal dan @Dimdimtiya di

Media Sosial TikTok Berdasarkan Analisis Wacana Fairclough yang Mengacu pada Teks, Discourse Practice, dan Sociocultural Practice ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami "Wacana Pada konten yang diunggah oleh @aarifinal dan @Dimdimtiya di Media Sosial TikTok berdasarkan analisis wacana Fairclough yang mengacu pada Teks, Discourse Practice, dan Sococultural Practice".

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua jenis manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian analisis wacana, terutama yang berkaitan dengan bagaimana konten media sosial membentuk serta merepresentasikan fanatisme dalam dunia sepak bola. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi dan studi wacana pada ranah media digital.

b.) Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun pihak lain yang tertarik mengkaji fenomena fanatisme sepak bola melalui konten media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu masyarakat memahami bagaimana wacana fanatisme dibentuk dan disebarluaskan melalui media digital, sehingga pengguna dapat lebih bijak dalam mengonsumsi maupun memproduksi konten terkait.