

ABSTRAK

Studi ini meneliti mengenai aktivitas Fandom Knights Society di Liga Basket Indonesia ketika CLS KNIGHTS Surabaya bertanding. Dan apa makna fans bagi para *founder* dan anggota Knights Society serta makna Knights Society di mata para pemain CLS KNIGHTS Surabaya. Signifikansi dari penelitian ini adalah karena CLS KNIGHTS Surabaya adalah salah satu tim basket papan atas perwakilan dari Kota Surabaya memiliki *fansclub* yang fanatik.

Penelitian ini menggunakan teori Fans dari Henry Jenkins bahwa Fans sebagai *devotee* atau pemuja. Karena Fans adalah bagian dari fenomena *Pop Culture* maka definisi dari Pop Culture menurut Storey adalah khalayak pop (fans disebut sebagai khalayak pop) yang dimana mereka mengonsumsi terhadap budaya tersebut. Para Khalayak Pop dinyatakan memamerkan kesenangan mereka hingga menimbulkan eksekusi emosional. Peneliti melakukan metode etnografi dan melakukan in-depth interview terhadap para founder dan anggota Knights Society serta melakukan wawancara terhadap ketiga pemain CLS KNIGHTS Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bentuk fanatisme Knights Society di Liga Basket Indonesia terlihat melalui sosial media dan saat berada di lapangan ketika CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding. Melalui sosial media, para anggota Knights Society selalu memberikan dukungan dan apresiasi melalui status maupun foto yang mereka upload di akun pribadi sosial media masing-masing dan bahkan memberikan komentar terhadap foto dan status yang di upload para pemain agar mereka mendapatkan *feedback* secara langsung dari pemain CLS KNIGHTS Surabaya di media sosial. Selain melalui media sosial, berbagai macam bentuk pengorbanan yang para Knights Society lakukan ketika mengikuti pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya dari kota ke kota hanya untuk bertemu dan berinteraksi secara langsung dengan para pemain CLS KNIGHTS Surabaya.

Kata kunci : *Pop Culture, Fandom, Etnografi Khalayak dan Sports and Lifestyle*