

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Penelitian ini meneliti mengenai aktifitas fandom salah satu tim basket kota Pahlawan yang bernama CLS Knights Surabaya dan memiliki komunitas fansclub yang dinamakan Knights Society. Definisi dari Fandom sendiri menurut Henry Jenkins pada tahun 1992 adalah:

“Fandom has been addressed as a matter of consumers devoted attachments to specific media texts” (Jenkins, 1992)



Gambar 1.1 Foto beberapa anggota Knights Society yang berada di Grand Final IBL 2016 sebagai contoh aktifitas fandom dari Knights Society (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

CLS Knights merupakan salah satu perwakilan Tim Basket dari Surabaya di Kancan Liga Basket Nasional Indonesia. CLS Knights juga salah satu tim 5 besar atau biasa disebut tim papan atas dari perwakilan Kota Pahlawan diantara tim papan atas lainnya yang notabene berasal dari Ibu Kota Jakarta, seperti Satria Muda Pertamina Jakarta, Dell Aspac Jakarta, Pelita Jaya Persada Jakarta. Bahkan dalam hasil Championsip Series NBL Indonesia 2015 CLS Knights menempati urutan ketiga menyingkirkan salah satu tim papan atas berasal dari Jakarta yakni Dell Aspac yang harus tersingkir diposisi ke 6 sehingga tidak melaju ke babak semifinal.

Olahraga tentu melampaui segala jenis budaya, hal ini juga dikatakan oleh Lechner pada tahun 2007 bahwa:

“Sports obviously transcend every culture. Though they might be seen by many merely as means of entertainment and relaxation, they are however embedded with deep meanings based on the context of the culture within which they are practised and interpreted” (Lechner, 2007).

Dan yang dimaksud oleh Lechner adalah bahwa Olahraga yang telah melampaui segala jenis budaya karena olahraga hanya dilihat sebagai sarana hiburan dan juga relaksasi. Namun beberapa khalayak juga memaknai olahraga sesuai dengan kebudayaan yang mereka ikuti dan interpretasi. Hal ini menurut peneliti memiliki hubungan tentang bagaimana Knights Society memaknai CLS KNIGHTS Surabaya sebagai hiburan atau *entertainment*. Hal tersebut dapat peneliti interpretasikan mengenai bagaimana mereka mengekspresikan dukungan mereka terhadap tim basket CLS KNIGHTS Surabaya, terutama

pemain-pemain favorit yang mereka idolakan. Bagaimana mereka menginterpretasikan bahwa pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya adalah pertandingan olahraga yang bersifat *entertain*.

Bagaimana para fans menganggapnya sebagai hiburan dapat dilihat melalui bagaimana media menggambarkan olahraga seperti yang disampaikan oleh Markula pada tahun 2014 bahwa:

“Sports media is intimately tied to corporate marketing and economic gain while simultaneously being linked to technologies of self-governance via individual consumerism—the creation of desirable and normative identity forms” (Markula, 2014; Miller, 1998; Miller, Lawrence, McKay, & Rowe, 2001).

Statement diatas menyatakan bahwa Media olahraga memiliki keterkaitan dengan pemasaran dan ekonomi, sekaligus dikaitkan dengan teknologi dan juga individu yang konsumerisme, sehingga menciptakan bentuk-bentuk identitas yang diinginkan dan normative.

Bahkan menurut Rowe pada tahun 2004, olahraga tidak hanya memproduksi khalayak yang setia kepada media yang menampilkan konten-konten olahraga yang digemari khalayak, tetapi juga secara produktif menciptakan loyalty kepada produk-produk yang menjadi sponsor acara olahraga, hingga loyalty terhadap kota atau Negara yang menjadi tempat atau yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Hal ini memang peneliti temukan pada Liga IBL REBORN 2016 bahwa adanya perubahan media yang signifikan. Dahulu, saat Liga masih bernama NBL Indonesia media yang mereka gunakan belum begitu banyak. Fasilitas *live streaming* yang menggunakan web

sendiri masih cenderung konvensional, meski PT. Deteksi Basketball League mengkomersilkan banyak sekali sponsor pada waktu itu. Namun sekarang, jika para fans ingin menikmati pertandingan basket dimanapun dan kapanpun meski memang pihak IBL REBORN 2016 tidak memiliki banyak sponsor seperti NBL Indonesia, IBL REBORN 2016 memudahkan para pecinta basket untuk mengakses live streaming via Youtube dan memudahkan para khalayak mendapatkan informasi melalui aplikasi IBL REBORN yang juga bisa diakses melalui *smartphone*. Kemudahan para fans mendapatkan informasi sama seperti apa yang dikatakan oleh Stoddart (1997) juga menambahkan pelayanan data mengenai olahraga melalui online menciptakan kemungkinan bagi subkultur baru penggemar olahraga.

Perjalanan CLS KNIGHTS Surabaya dikenal oleh para khalayak terutama para fans bukanlah cerita yang pendek. Knights Society sebuah fansclub yang dibentuk pada bulan Mei 2011, merupakan salah satu bentuk perantara bagi para khalayak media social dalam mengetahui perjalanan dari Tim Basket yang identic dengan atribut Ungu dan Emas ini. Sebelum lebih jauh berbicara tentang Knights Society, Peneliti akan lebih dahulu menjelaskan apa definisi dari suatu budaya.

Suatu Budaya tentu diciptakan demi kepentingan suatu pihak tertentu. Entah itu penancapan ideology atau hanya bisnis semata (sumber). Kebudayaan adalah hasil karya pemikiran manusia yang dilakukan dengan sadar dalam kehidupan kelompok. Unsur-unsur potensi budaya yang ada pada manusia antara lain pikiran

(cipta), rasa, dan kehendak (karsa). Untuk menjadi manusia yang sempurna, ketiga unsur kebudayaan tersebut tidak dapat dipisahkan.

Perubahan budaya tidak dapat kita hindari, khususnya di era yang sangat modern ini. Perubahan kebudayaan sangat cepat karena kemajuan teknologi yang pesat. Karena olahraga adalah salah satu contoh dari perubahan budaya dan contoh dari aspek sosial, Hal ini juga dinyatakan oleh Andrews pada tahun 2011:

“Sport is always embedded in social, commercial and legal aspects of industrialized societies as an ‘intrusive and influential cultural practice”
(Andrews, 2001: 132).

Yang artinya adalah olahraga selalu ditanamkan dalam sebuah aspek social, komersial, dan hukum industry masyarakat sebagai praktek budaya yang mengganggu dan berpengaruh. atau bisa didefinisikan. Sedangkan menurut Miller Olahraga merupakan salah satu kekuatan budaya yang ideologis” (Miller et al., 2001)

Akhirnya bertepatan pada tanggal 15 Mei 2011, *fansbase* CLS Knights resmi diresmikan di GOR Kertajaya dengan nama *Knights Society*. Fansbase ini dibentuk dengan tujuan utama adalah untuk selalu mendukung CLS Knights didalam segala situasi, baik menang maupun kalah. Dan yang paling utama sebelum mendukung adalah, Knights Society ingin menunjukkan bahwa keeksistensian fans basket salah satu tim kebanggaan kota Pahlawan ini ada dan memiliki kekuatan sama seperti beberapa *fansclub* tim basket papan atas dalam Liga Basket Indonesia. Komunitas ini diharapkan

sebagai sebuah bentuk organisasi yang mencakup segala aktifitas fans yang berhubungan dengan CLS Knights, dan bisa mendapatkan perhatian yang cukup dan terorganisasi.

Tentu saja, sebagai sebuah cara untuk lebih mempererat tali persaudaraan antara sesama fans, fans dengan pemain, maupun dengan semua orang yang terlibat di dalam CLS Knights. Knights Society sendiri dijalankan oleh beberapa rekan-rekan Fans yang telah disetujui oleh pihak penanggung jawab dalam hal ini Manajemen CLS Knights itu sendiri. Segala sesuatu yang akan dikerjakan dan di jalankan, selalu akan mendapatkan support dari pihak Manajemen tim basket CLS KNIGHTS Surabaya.

Fans menjadikan kesenangan mereka bagian dari hidupnya, sehingga mereka melakukan banyak hal dan ingin terlibat aktif serta menjadi dekat dengan objek kesenangannya. Seperti menurut Jenkins pada tahun 1992, bahwa Fans as a *devotee* / pemuja (Henry Jenkins, 1992). Hal-hal tersebut yang membuat fans sebagai pemuja yang dimana hal ini menjadi pembedaan bagi penikmat biasa.

Sehubung dengan pernyataan Henry Jenkins diatas, anda akan menemukan banyak sekali perbedaan apa yang membedakan anggota Knights Society sebagai pendukung CLS Knights atau CLS Knights *Fans Club* dengan *rival fansclub* tim basket IBL lainnya atau bahkan dengan penonton basket yang hanya sekedar penikmat olahraga basket tanpa berpihak pada tim manapun. Knights Society memiliki atribut tersendiri, ketika berada di tribun saat CLS Knights sedang bertanding. Para Knights Society

juga akan menyoraki tim kesayangannya, bahkan beteriak dengan yel-yel yang sudah mereka rancang sedemikian rupa agar tidak kalah saing dengan fansclub tim lawan yang sedang bertanding.

Dengan adanya yel-yel, atribut-atribut yang mereka gunakan sebagai anggota Knights Society mereka menunjukkan keeksistensian mereka sebagai seorang pendukung atau fans , khususnya bagi para fans yang memiliki rasa lebih mengerti terhadap pemain CLS Knights idolanya lebih daripada masyarakat-masyarakat lainya yang bukan anggota dari Knights Society.

Hal ini merupakan salah satu ciri Subkultur penggemar memberikan rasa memiliki dan menyediakan ruang untuk komunitas dimana orang-orang dapat bergabung dan diterima apa adanya. Dan hal itu merupakan impian para masyarakat modern khususnya anak muda yang haus akan pengakuan atau rasa memiliki (*sense of belonging*) (Napier.2006).



Gambar 1.2 Foto perayaan ulang tahun Knights Society yang ke 4 (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Selain rasa kepemilikan yang dimiliki oleh para fans, peneliti juga akan meneliti ritual-ritual yang mereka lakukan sebelum, saat pertandingan berlangsung, dan juga setelah pertandingan selesai. Karena peneliti mengikuti hampir sebagian besar pertandingan basket di Liga basket Indonesia terutama pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya saat sedang berlaga di Kota Surabaya. Oleh karena itu, peneliti tidak hanya selalu mengetahui pertandingan atau hasil pertandingan dan performa pemain CLS KNIGHTS Surabaya, tetapi bagaimana peneliti harus *live in* dalam komunitas ini untuk melihat interaksi para fans dengan pemain CLS KNIGHTS Surabaya favoritnya, tidak hanya interaksi antara anggota Knights Society yang memiliki tujuan yang sama dalam mendukung salah satu tim basket perwakilan dari kota Pahlawan ini.



Gambar 1.3 - Interaksi antar pemain CLS Knights dan anggota Knights Society dalam acara “Knights Fest” (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Fans disebut sebagai khalayak pop dalam fenomena *pop culture*, karena mereka melakukan konsumsi terhadap budaya tersebut. Para khalayak pop dinyatakan memamerkan kesenangan mereka hingga menimbulkan ekses emosional (Storey 2006, p.159). Dan Knights Society adalah salah satu contoh fenomena pop culture khususnya dalam olahraga basket, karena mereka selalu memamerkan kesenangan mereka menggunakan media apapun. Seperti contohnya, selalu memakai atribut yang berbau CLS Knights saat pertandingan berlangsung, merekam atau mengambil gambar para pemain saat sedang di lapangan menggunakan alat elektronik seperti kamera digital, handphone-handphone smartphome lalu mereka upload ke akun media social yang mereka punya.

Media-media tersebut merupakan perantara bagi para Knights Society atau khalayak pop dalam mengekspresikan yang mereka suka, dan cara mereka mengekspresikan hal apapun tentang CLS KNIGHTS Surabaya dijadikan salah satu gaya hidup mereka, agar mereka mendapat pengakuan sebagai bagian dari Knights Society.

Sebelumnya Penelitian ini pernah dibahas oleh Andika Permana pada tahun 2010 mengenai *pop culture* pada fans grup music JKT48 dan menggunakan metode etnografi. Hanya saja yang membedakan penelitian ini dengan Andika adalah peneliti membahas mengenai *pop culture* dengan hasil bagaimana fans dari grup music JKT 48 yang fanatik dan juga memiliki aktifitas-aktifitas atau bahkan ritual dalam mengidolakan para member dari JKT48. Bagaimana mereka mengaplikasikan teori *pop culture* saat sedang berada di konser JKT48 melihat anggota JKT48 sedang bernyanyi. Dan tentunya bagaimana mereka mengaplikasikan aktivitas fandom mereka melalui media sosial ketika melihat para anggota JKT48 favorit mereka sedang beraksi di panggung atau bahkan hanya sekedar mengupload foto di media sosial.

Peneliti juga membahas *Sports and Lifestyle* sama yang pernah dibahas oleh Rahma Julma Ramadhani pada tahun 2014. Hanya saja, Penelitian ini lebih kepada *Sports and Lifestyle* dari kelompok Knights Society sebagai *fansclub* dari tim basket CLS KNIGHTS Surabaya. Sedangkan Rahma Julma Ramadhani membahas *Sports and Lifestyle* dalam konteks khalayak. Dan bagaimana gambaran *Sports and Lifestyle* dalam brand tertentu yang memakai *brand ambassador* seorang olahragawan. Dengan

hasil bahwa olahraga adalah bagian dari gaya hidup seorang khalayak, tidak hanya sekedar bagaimana khalayak memaknai olahraga sebagai gaya hidup namun bagaimana para khalayak mengaplikasikannya ke dalam dunia nyata. Penelitian tersebut juga menggambarkan bagaimana *brand ambassador* merk-merk dari *brand* terkenal seperti *Nike* memakai atlet sekelas Kobe Bryant. Tidak hanya itu saja, namun bagaimana para khalayak yang aktif di media sosial mengaplikasikan olahraga sebagai gaya hidup.

Berbeda dengan apa yang diteliti oleh peneliti dimana dalam penelitian ini Peneliti membahas mengenai gaya hidup seorang fans olahraga basket dalam aktivitas-aktivitas fandom yang Knights Society lakukan. Bagaimana para fans basket terutama Knights Society mengaplikasikan *pop culture* di media sosial maupun pada saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding. Bagaimana mereka mendukung CLS KNIGHTS Surabaya untuk menang di Liga basket Kancan Nasional sekelas *IBL REBORN* 2016. Dimana hal tersebut, bukan sekedar hiburan bagi mereka namun bagaimana kemenangan itu menjadi *pride* bagi Knights Society terutama para pemain CLS KNIGHTS Surabaya yang memiliki kontribusi besar di tim.

Menurut Peneliti, perkembangan gaya hidup olahraga mengakibatkan keaktifan dan pengetahuan Knights Society memiliki perkembangan pesat dikarenakan adanya perubahan budaya dan juga perkembangan pesatnya teknologi, terutama social media sama seperti yang dikatakan oleh Farooq & Jan (2012) bahwa Keberadaan Social

Media saat ini menciptakan dampak yang cukup signifikan bagi seorang individu. Hal ini juga disampaikan oleh Bowman & Carmer pada tahun 2014 yang mengatakan:

“Concurrently, Internet and social media content, once on the fringes, have become integral to sport coverage. Social media, Twitter especially, continues to change the way sports news is covered and broken to the public” (Bowman & Cranmer, 2014; Fry, 2012).

Dimana dalam Bahasa Indonesia diartikan bahwa Internet dan social media telah menjadi konten yang integral untuk cakupan olahraga. Terutama media social *Twitter* yang merubah cara berita olahraga menjadi tertutup dan bahkan merusak masyarakat.

Adanya sosial media dan mudahnya mendapatkan akses informasi mengenai CLS KNIGHTS Surabaya juga mengakibatkan fanatisme yang terjadi pada Knights Society. Definisi dari Fanatisme sendiri adalah sebuah rasa kecintaan yang lebih hingga akan berdampak luarbiasa terhadap sikap hidup seseorang. Segala sesuatu yang diyakini akan memberikan sebuah kecintaan dan semangat hidup yang lebih pada orang tersebut. Menurut Giulianotti, (2006:71) dengan rasa cinta itu manusia semakin lekat dengan sebuah kasih sayang dan semangat untuk selalu bertahan, sebaliknya dengan cinta pula manusia berubah menjadi sadis, ambisius, anarkis, dan mematikan.

Hal Fanatisme ini juga terjadi terhadap Knights Society, dimana rasa kecintaan mereka terhadap CLS KNIGHTS Surabaya yang mereka tunjukkan melalui sosial media maupun di lapangan secara langsung. Rasa kecintaan Knights Society terhadap CLS KNIGHTS Surabaya dapat terlihat melalui pengorbanan yang mereka lakukan demi melihat pemain CLS KNIGHTS Surabaya favorite

mereka bertanding dan memenangkan pertandingan. Meskipun CLS KNIGHTS Surabaya pernah mengalami kekalahan dan tidak mencapai targetnya selama dua tahun berturut-turut, namun Knights Society tidak berhenti menunjukkan bentuk fanatismenya dengan kepercayaan mereka terhadap CLS KNIGHTS Surabaya, bahwa CLS KNIGHTS Surabaya pasti bisa menjadi Juara di Liga Nasional Indonesia sekelas IBL (*Indonesian Basketball League*).

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Seperti apa bentuk fanatisme Knights Society di Liga Basket Indonesia?
2. Apa makna menjadi fans bagi anggota fandom CLS KNIGHTS SURABAYA?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk fanatisme yang dilakukan anggota fandom Knights Society di Liga Basket Indonesia. Penelitian ini juga menjelaskan apa makna menjadi seorang fans bagi anggota Fandom CLS KNIGHTS SURABAYA.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini memiliki manfaat dalam memberikan pengetahuan berupa karya ilmiah tentang analisis eksplorasi mengenai fandom/ fans culture oleh Knights Society pada Liga Basket Tanah Air Indonesia khususnya untuk para khalayak umum.

1.5 TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1 Sports, Lifestyle and Culture

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan apa keterkaitan antara Sports, Lifestyle dan juga Culture. Menurut Andrews pada tahun 2011, *“Sport is always embedded in social, commercial and legal aspects of industrialized societies as an ‘intrusive and influential cultural practice”* (Andrews, 2001: 132). Yang artinya dalam Bahasa Indonesia adalah olahraga selalu ditanamkan dalam sebuah aspek sosial, komersial, dan hukum industri masyarakat sebagai praktek budaya yang mengganggu dan berpengaruh. Atau dapat dikatakan bahwa olahraga merupakan salah satu kekuatan budaya yang ideologis” (Miller et al., 2001: 43).

Menurut Koentjaraningrat, Suatu Budaya tentu diciptakan demi kepentingan suatu pihak tertentu. Entah itu penancapan ideologi atau hanya bisnis semata. Kebudayaan adalah hasil karya pemikiran manusia yang dilakukan dengan sadar dalam kehidupan kelompok. Unsur-unsur potensi budaya yang ada pada manusia antara lain pikiran (cipta), rasa, dan kehendak

(karsa). Untuk menjadi manusia yang sempurna, ketiga unsur kebudayaan tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal ini CLS KNIGHTS Surabaya merupakan salah satu contoh bentuk kelompok yang merupakan hasil karya dari pemikiran dan ideology yang sepadan demi kepentingan satu kelompok untuk mencapai ideologi yang sama, meskipun dalam satu tim memiliki latar belakang individu dengan perbedaan budaya yang sangat beragam.

Jadi menurut peneliti sendiri, Olahraga adalah bagian dari gaya hidup dan gaya hidup merupakan salah satu acara individu dalam mengonsumsi suatu budaya. dan tim basket CLS KNIGHTS Surabaya memasuki kriteria budaya tersebut, karena mereka dibentuk atas dasar ideology yang sama yakni bermain dan mengasah kemampuan dalam bola basket untuk mendapatkan uang dan yang pasti memenangkan kompetisi olahraga basket di kancah Nasional demi kesejahteraan Tim Basket CLS KNIGHTS SURABAYA.

Dalam tim basket, mereka juga diajarkan bagaimana membangun kekompakan tim dalam tiap individu-individu meskipun dengan latar belakang yang berbeda, namun hal ini harus dilakukan demi mencapai kepentingan dan kesejahteraan bersama antar satu tim CLS KNIGHTS SURABAYA.

Gaya hidup Olahraga, juga tidak lepas dari peranan media. Adanya hubungan yang signifikan antara media massa dengan olahraga. Hal ini juga

dikatakan oleh Rowe pada tahun 2004 bahwa Olahraga yang berdiri pada pertemuan dua fungsi prinsipil dari media massa, yaitu berita atau *nawa* dan hiburan atau *entertainment*, dan secara hati-hati terstruktur kedalam ruang yang lebih halus dari berita bulletin dan bagian Koran.

Rowe juga pernah mengatakan bahwa olahraga menyediakan media massa dengan berbagai kualitas berharga (Rowe, 2004 p.31). Hubungan Antara olahraga dan media bahkan tidak menunggu era televisi. Seperti yang diungkapkan oleh Michael Harris (1998) dalam Rowe (2004) bahwa *newspapers, therefore, were key promotional tools as entrepreneurs began to construct a business around public recreation.*

Dari kutipan-kutipan diatas mengenai peran media dalam olahraga, juga terjadi pada tim basket CLS KNIGHTS Surabaya. CLS KNIGHTS Surabaya digambarkan oleh media sebagai salah satu tim papan atas perwakilan kota Surabaya yang memiliki sejajaran pemain berprestasi dan *fansclub* bernama Knights Society. Melalui Web yang dimiliki Knights Society dan juga media sosial seperti Instagram dan Twitter.

1.5.2 Fandom dan Pop Culture

Fans merupakan sekelompok individu yang memiliki apresiasi dan simpati tertentu terhadap suatu hal yang dituju. Henry Jenkins mengatakan, *“Fandom has been addressed as a matter of consumers devoted attachments to*

specific media texts” (Jenkins, 1992). Yang artinya ialah aktifitas fandom selalu dijelaskan sebagai masalah lampiran konsumen yang dikhususkan untuk media teks tertentu. Fandom berasal dari kata fan yang berarti penggemar dengan kata akhiran dom. Menurut Joli Jenson, Kelompok penggemar dihantui dengan citra penyimpangan dan dicirikan dengan kefanatikan yang potensial. (Storey 2006, p.157).

Tipe-tipe fans yang dijelaskan oleh Websters Dictionary pada tahun 2006 adalah fans yang hanya memandang sebagian kecil dari sebuah objek yang mereka senangi, dimana mereka akan menghabiskan waktu dan energy mereka untuk masuk ke dalam dunia yang mereka senangi. Dan itulah yang membedakan para fans atau aktifitas fandom dengan individu yang tidak memiliki aktifitas fandom.

Studi mengenai fans telah kembali melemparkan kipas sebagai peserta aktif yang ikut membangun makna dan menghasilkan teks tambahan. Sandvoss menelusuri sejarah studi fan (Sandvoss, 2005: 13) dari asal-usul dalam wacana struktur dan lembaga , kekuatan dan ketahanan.

Studi penggemar awal dibingkai fans sebagai konsumen tidak berdaya atau kehilangan haknya yang bisa melakukan dalam batas-batas sempit budaya konsumen massa (De Certeau, 1984). Fenomena pop culture 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 (Storey 2006). Pada tahun 1998, John Storey dalam bukunya *Cultural theory and popular culture* mendefinisikan Pop culture menjadi enam definisi, salah satunya adalah budaya pop dapat terlihat sebagai budaya komersial yang diproduksi massal untuk konsumsi massa.

Budaya populer adalah budaya yang bersifat produksi, *artistic*, diciptakan sebagai konsumsi dan komersial. Diciptakan sebagai konsumsi dan dapat diproduksi kembali serta dapat digunakan untuk mengekspresikan dan memahami selera masyarakat luas. Seperti yang dicontohkan oleh Sugimoto pada tahun 2003 pada Budaya Jepang yang beragam, ia mempresentasikan cara hidup yang dinikmati dan dimiliki orang pada umumnya. Beberapa elemen dari budaya pop Jepang yang terkenal di seluruh dunia termasuk fashion, film, televisi, music, manga dan anime (Sugimoto 2003). Satu hal lagi yang sangat signifikan mengenai budaya populer ialah budaya yang lahir atas kehendak media (Sunarti, 2003).

Komunitas Knights Society adalah salah satu contoh aktifitas Fandom dan salah satu contoh objek dari fenomena Pop Culture dalam segmen olahraga bola basket, dikarenakan komunitas ini juga lahir karena kehendak media, terutama media social yang kini memiliki banyak khalayak. Komunitas Knights Society mengonsumsi budaya basket yang fokusnya terhadap Tim

Basket CLS KNIGHTS Surabaya. Meskipun tiap anggota Knights Society memiliki ideologi yang sama yaitu mendukung Tim Basket Cls Knights, tetapi setiap individu memiliki cara masing-masing atau acara tersendiri dalam mendukung tim kesayangannya khususnya pemain Cls favorit mereka. Selain menyoraki tim basket kesayangannya lewat atribun ataupun social media, Knights Society juga memiliki atribut-atribut yang membedakan identitas mereka dengan komunitas fandom basket yang lain atau penonton basket biasa. Pada saat pertandingan sedang berlangsung, para anggota fans CLS KNIGHTS khususnya member Knights Society memakai atribut berwarna ungu mulai dari kaos, spanduk, hingga jersey pemain yang memang dibeli oleh fans CLS KNIGHTS. dan hal tersebut menurut peneliti adalah salah satu contoh aktifitas fandom yang dilakukan oleh anggota fans tim basket CLS KNIGHTS terutama Knights Society.

Hal yang lain lagi yang akan dilakukan anggota fandom CLS KNIGHTS terutama anggota Knights Society adalah mereka akan menghabiskan waktu mereka melalui media apapun agar memperlihatkan identitas mereka sebagai anggota Knights Society, dan tentunya menunjukkan ciri khas yang ditunjukkan dan tentunya dibanggakan sebagai anggota Knights Society.

Tidak hanya menunjukkan kesenangan sebagai salah satu anggota fandom, tetapi yang pasti kebanyakan anggota fandom CLS KNIGHTS

memperlihatkan kefanatikan mereka dengan cara meengekspresikan melalui akun social media yang mereka punya, bagaimana mereka memuja dan tentunya membanggakan pemain basket favorite mereka, seperti contohnya ketika mereka para anggota fandom CLS Knights yang mengabadikan foto mereka bersama pemain CLS Knights favorit mereka dan di unggah ke akun media social pribadi mereka agar bisa dilihat oleh *followers* akun social media dan tentunya dilihat oleh pemain CLS KNIGHTS Surabaya favorit yang mereka puja.

Karena Knights Society adalah contoh dari fenomena Pop Culture, maka Knights Society hanya menunjukkan identitas mereka sebagai bagian dari Knights Society melalui atribut-atribut yang mereka gunakan saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding di lapangan. Karena, hal tersebut dapat membedakan mereka sebagai pendukung CLS KNIGHTS Surabaya dengan *fansbase* olahraga basket yang lain. mereka tentu memiliki atribut yang menggambarkan sebagai identitas dari Kelompok Knights Society.

1.5.3 Audience Meaning Making

Menurut Thawites et al (2002) kajian audiens media terlihat lebih terbatas dalam prosedur yang mereka lakukan kajian etnografi yang dilakukan oleh para peneliti dalam tradisi Antropologi. Morley juga mendapat bahwa adanya perbedaan yang sangat jauh antara konsep tentang audiens (*reader of the*

text dalam istilah Morley) yang ideal yang diusulkan oleh model-model strukturalis (Thwaites, et al, 2002:213). Morley dan koleganya juga menemukan ada banyak perbedaan cara khalayak atau actual audiens dan yang sesungguhnya berperilaku terhadap media dalam kehidupan sehari-harinya. Morley bahkan mampu menunjukkan bahwa khalayak media bukanlah subyek yang pasif dan yang bisa diprediksi perilakunya.

Lain halnya dengan kata Stuart Hall pada tahun 1997 yang berpendapat, *“meaning can never be really fixed. If meaning could be fixed by representation, then there would be no change- and so no counter-strategies or interpretations”* (Hall, 1997:270). Yang artinya bahwa makna tidak pernah pasti. Jika kata bisa pasti oleh representasi, maka tidak akan ada pertukaran-sehingga tidak ada strategi yang mengkonter atau interpretasi-interpretasi yang berbeda.

Relasi produksi yang bersifat institusi-kemasyarakatan mesti lolos uji dibawah aturan bahasa yang diskursif agar produknya dapat ‘direalisasikan’. Ini membuka momen tersendiri lebih lanjut, bagaimana aturan diskursus dan bahasa formal berada dalam posisi dominan. Sebelum pesan ini bisa memiliki ‘efek’ (betapapun itu terdefiniskan), sebelum dapat memenuhi ‘kebutuhan’ atau ‘digunakan’, pesan pertama-tama harus diappropriasi sebagai diskursus yang bermakna dan didekodekan secara bermakna. Kumpulan mana yang didekodekan inilah yang ‘memiliki efek’, yang mempengaruhi, menghibur, mengajari atau merayu, mengajari, atau merayu, dengan konsekuensi tingkah

laku, ideologis, emosional, kognitif, dan persepsi indrawi yang kompleks. Dalam momen ‘yang telah ditentukan batas-batasnya’, suatu struktur menggunakan kode dan menghasilkan ‘pesan’; pada momen lainnya yang telah ditentukan batas-batasnya, ‘pesan’ tersebut –melalui dekodinya– muncul dan masuk ke dalam struktur praktik social (*Budaya, Media, Bahasa; Encoding/Decoding, p. 216*)

Menurut peneliti, audience meaning making adalah interpretasi yang diciptakan masing-masing anggota Knights Society pasti berbeda-beda. Meski mereka mengidolakan pemain yang sama, namun mereka tidak mungkin memiliki alasan yang sama mengapa mengidolakan para Pemain CLS KNIGHTS Surabaya tersebut.

Interpretasi yang diciptakan tiap anggota tentu sangat berbeda, meskipun mendukung CLS Knights adalah salah satu keharusan bagi mereka sebagai anggota fandom basket Knights Society. Dalam hal interpretasi, Teori Stuart Hall (1972) tentang *encoding/ decoding* mendorong terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi).

Menurut peneliti, dengan adanya social media yang dimiliki oleh para pemain CLS KNIGHTS dan juga anggota fandom Knights Society, menciptakan

interpretasi tersendiri tentang apa saja yang diupdate dari akun para pemain dan juga anggota fandom.

1.5.4 Etnografi Khalayak

Kontribusi antropologi, dengan metode etnografi untuk mempelajari penonton telah memperkaya model-model penelitian untuk mengungkap budaya penggunaan media dalam praktik kehidupan sehari-hari penonton. John Fiske (1987) menjelaskan bahwa aplikasi etnografi dalam mempelajari penonton telah bergeser perhatiannya dari yang utamanya tekstual dan konstruksi ideologis subjek mengarah kepada posisi subjek secara social dan historis.

Secara historis, karya etnografi telah muncul dari kesadaran tentang keuntungan berpartisipasi secara personal dalam, dan berkomunikasi dengan, sebuah kelompok secara keseluruhan yang terlibat dalam gaya hidup atau budaya yang amat khas. Dikembangkan secara intensif untuk menangani berbagai permasalahan dalam pengkajian budaya 'asing,' studi etnografis menjadi semakin banyak digunakan sebagai alat penelitian sosiologis yang diterima masyarakat.

Dalam kaitanya dengan sejarah kami sendiri yang jauh lebih singkat, salah satu fokus utama kerja kami adalah untuk menganalisis dan mengukur berbagai hubungan kompleks antara representasi/bentuk kreativitas bentuk-

bentuk kultural yang hidup. (*Budaya, Media, Bahasa; Pengantar pada Etnografi Centre, p.115-116*)

Etnografi adalah salah satu riset lapangan dimana peneliti berusaha untuk memahami budaya yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari khalayak media (Thwaites, et al, 2002:213). Pendekatan positivis cenderung untuk memperlakukan audiens media sebagai individual yang atomistis, kaku, dan terpisah-pisah dan hanya melihat pada aspek – aspek tertentu dari tindakan penonton dan tidak memperhatikan signifikansi konteks yang alami “natural setting context” (Morley, 1992: 173), dan yang secara simultan atau terus menerus melakukan aktifitas mengkonsumsi media.

Untuk mengobservasi kegiatan anggota Knights Society, Peneliti menggunakan metode Etnografi Khalayak. Karena menurut peneliti, Knights Society merupakan khalayak dalam dunia basket. Karena dalam hal etnografi khalayak ada aspek-aspek tertentu yang dipertontonkan pada media oleh pihak khalayak atau audience. Dan hal tersebut akan terlihat ketika peneliti mulai menunjukkan bukti-bukti dari etnografi khalayak fandom CLS KNIGHTS Surabaya. Selain itu karena adanya pergeseran nyata menjauh dari arah kajian-kajian budaya populer berbasis teks menuju ke arah yang lebih etnografis (Moore, 1993; Stacey, 1994). Oleh sebab itu, peneliti menggunakan metode etnografi guna meneliti kebudayaan yang terjadi dalam Komunitas Knights

Society, terutama bagaimana mereka mengaplikasikanya ketika mendukung CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding di lapangan.

Peneliti mengikuti beberapa pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya khususnya di wilayah Surabaya, agar bisa melihat dan juga mengikuti aturan dan gaya aktifitas fandom mereka ketika CLS KNIGHTS Surabaya sedang berlaga khususnya di Tuan Rumah yakni di Kota Surabaya.

Peneliti juga menjadikan etnografi sebagai salah satu tindakan observasi, apa saja aktifitas-aktifitas yang para anggota fandom CLS KNIGHTS Surabaya lakukan sebelum CLS KNIGHTS Surabaya bertanding, saat CLS KNIGHTS Surabaya memasuki lapangan dan tentunya setelah mengetahui hasil pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya dengan tim lawan.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode etnografi dan pendekatan kualitatif. Creswell (2008) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Metode kualitatif ini menyediakan berbagai analisis untuk menunjukkan dinamika aksi dan praktik sosial-kultural individu dan kelompok penonton yang terlibat dalam situasi sosial dari produksi dan konsumsi makna (Morley, 1992:183). Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data

sedalam-dalamnya dan tidak menggunakan besarnya populasi. Penelitian kualitatif subyektif dan hasilnya lebih kasuistik untuk digeneralisasikan (Permana, Andika; 2010).

Sehingga peneliti memilih pendekatan kualitatif ini adalah untuk menjawab rumusan masalah mengenai apa saja aktifitas fans dalam fandom Tim Basket CLS KNIGHTS Surabaya.

1.6.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian eksploratif, penelitian yang dilaksanakan untuk menggali data dan informasi tentang topik atau isu-isu baru yang ditujukan untuk kepentingan pendalaman atau penelitian lanjutan. Penelitian Eksploratif merupakan penelitian yang ingin menggali informasi secara luas mengenai sebab-sabab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Arikunto 2006:h7)

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan yang lebih akurat yang akan dijawab dalam penelitian lanjutan atau penelitian kemudian. Peneliti biasanya menggunakan penelitian eksplorasi ini untuk mendapatkan pengetahuan yang cukup dalam penyusunan desain dan pelaksanaan kajian lanjutan yang lebih sistematis.

1.6.2 Metode Penelitian

Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan observasi partisipan, yaitu mendapatkan informasi dengan cara turun langsung kepada narasumber yang amat sangat berkaitan langsung dengan fandom tim basket CLS KNIGHTS SURABAYA.

Observasi partisipan adalah suatu proses pengamatan dimana peneliti (observer) ikut mengambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi.

Peneliti atau observer berlaku sungguh-sungguh seperti anggota dari kelompok yang akan diobservasi. Jenis teknik observasi dipilih peneliti untuk menyelidiki aktifitas social yang terjadi dalam fandom tim basket CLS KNIGHTS SURABAYA.

Peneliti menggunakan pengamatan partisipatif agar memudahkan peneliti untuk berkomunikasi dan juga bertanya secara akrab dan leluasa terhadap subjek penelitian, sehingga memungkinkan peneliti untuk bertanya secara rinci dan detail terhadap hal-hal yang diteliti.

1.6.3 Objek dan Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah anggota fandom Knights Society. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah aktifitas-aktifitas fandom yang dilakukan oleh anggota Knights Society di Liga Basket Indonesia.

1.6.4 Unit Analisis

Menurut Hamidi (2005: 75-76) menyatakan bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian.

Penelitian ini merupakan hasil dari segala bentuk informasi yang dihasilkan oleh subjek penelitian dan juga pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan peneliti pada saat melakukan observasi. Selain itu, peneliti juga akan meneliti perilaku-perilaku subjek penelitian pada saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang berlaga di Indonesian Basketball League di Surabaya, dan juga akun-akun pribadi media social yang dimiliki anggota fandom CLS KNIGHTS Surabaya, terutama akun resmi fansclub Knights Society.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Ada dua langkah yang peneliti gunakan dalam melakukan pengumpulan data, yakni sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam

Wawancara dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam atau *indepth interview*. Teknik wawancara adalah bentuk tehnik komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara mendalam ini sifatnya lebih luwes karena susunan dan pertanyaan dapat berubah sesuai kondisi (Deddy Mulyana, 2001: 180).

Peneliti akan melakukan wawancara yang dilanjutkan dengan wawancara mendalam terhadap delapan anggota Knights Society dan pelopor dari Knights Society serta empat pemain CLS Knights Surabaya yang salah satunya memutuskan keluar pada akhir tahun 2015 namun masih memiliki banyak fans. Berikut ini beberapa orang yang akan peneliti wawancara dan memiliki pengaruh besar terhadap Knights Society dan tentunya Tim Basket CLS KNIGHTS;

- a. Mario Wuysang, *Pointguard CLS KNIGHTS Surabaya*. Peneliti mewawancarai Mario karena Mario adalah Pemain kelahiran Sidoarjo yang memiliki kontribusi terbesar terhadap CLS KNIGHTS Surabaya. Ia sudah dikenal sebagai Legenda Olahraga Bola Basket di Indonesia sejak tahun 2003. Di Lapangan, ia memiliki julukan sang “Jendral Lapangan” dari beberapa komentator IBL REBORN 2016.

- b. Sandy Febiansyakh K, Kapten Tim CLS KNIGHTS Surabaya. Peneliti mewawancarai Sandy selain karena ia adalah kapten tim, Sandy adalah Pemain paling senior dari tim CLS Surabaya sebelum namanya menjadi CLS KNIGHTS Surabaya. Sandy juga pernah mewakili CLS KNIGHTS Surabaya dalam ajang SEA GAMES 2015 di Tim Pelatnas bersama Mario Wuysang. Sandy bersama Mario berhasil membawa pulang Silver Medal meski harus kalah dengan Filipina.
- c. Herman Lo, *Power Forward* CLS KNIGHTS Surabaya. Peneliti mewawancarai Herman karena Herman adalah Pemain *bench* yang memiliki kontribusi besar saat CLS KNIGHTS Surabaya berlaga di Lapangan. Meski posisinya sebagai pemain cadangan, minute play bermain seorang Herman sudah hampir menyerupai pemain inti dari tim CLS KNIGHTS Surabaya. Dirinya juga tak kalah disegani oleh para fans terutama anggota Knights Society.
- d. Dokter Abdul Jabbar Hayyan. Peneliti mewawancarai Dokter Hayyan karena ia adalah salah satu *founder* dari Knights Society yang juga menjabat sebagai Dokter dari Tim Basket CLS KNIGHTS Surabaya. Ia juga menjadi salah satu admin dari akun Twitter dan Instagram @Knightsociety.
- e. Yoga Prakasita. Peneliti mewawancarai Yoga karena Yoga adalah Fotografer dari Tim Basket CLS KNIGHTS Surabaya sekaligus salah satu *founder* dari Komunitas Knights Society. Ia juga dipercaya sebagai admin dari Instagram

@clsknightssurabaya guna mengupload hasil fotonya selama CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding.

- f. Kurniawan Chandra Putra. Peneliti mewawancarai Chandra karena Chandra adalah salah satu *founder* dari komunitas Knights Society. Selain founder, ia juga salah satu admin dari akun twitter @Knightssociety dan Instagram dari @clsknights. Dari ke empat founder yang peneliti wawancara, Chandra adalah founder yang memang sudah menjadi fans CLS KNIGHTS Surabaya sejak tahun 1995-1996.
- g. Karlinda Agustina Bhakti. Peneliti mewawancarai Karlinda karena dirinya adalah founder perempuan yang juga dipercaya sebagai Koordinator dari Knights Society. Karlinda juga pernah menjadi salah satu admin dari akun twitter @Knightssociety. Karlinda juga salah satu *fans* dari Dimaz Muharri.
- h. Dimaz Muharri. Peneliti mewawancarai Dimaz karena Dimaz merupakan mantan *pointguard* terfenomenal di CLS KNIGHTS Surabaya. Dimaz selalu menjadi incaran para fans terutama para wanita dan tak jarang mendapatkan *standing applause* saat memasuki lapangan. Keputusannya untuk keluar dari CLS KNIGHTS Surabaya mengejutkan para anggota Knights Society dan fans basket di luar sana. Peneliti melihat masih banyak yang menginginkan Dimaz untuk kembali bermain basket terutama kembali ke CLS KNIGHTS Surabaya.
- i. Immanuel Dendy Yuwono. Peneliti mewawancarai Dendy karena dirinya merupakan anggota Knights Society yang hampir tidak pernah absen untuk berkontribusi dalam mendukung CLS KNIGHTS Surabaya baik di sosial media

dan di lapangan. Dendy juga salah satu teman dekat dari kedua founder Knights Society yakni Yoga Prakasita dan Karlinda Agustina Bhakti. Ia juga pernah mengikuti pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya sampai ke luar kota.

- j. Andhita Astarti merupakan salah satu anggota Knights Society yang merupakan fans dari Dimaz Muharri. Peneliti mewawancarai Andhita karena dia juga pernah mengikuti CLS KNIGHTS Surabaya bertanding di luar Surabaya. Selain itu, Andhita juga tidak pernah absen melihat Liga CLS KNIGHTS Surabaya saat mereka bermain di Surabaya.
- k. Fildha Anggara, Anggota Knights Society. Peneliti mewawancarai Fildha karena ia adalah salah satu sahabat karib dari Andhita Astarti. Fildha juga beberapa kali mengikuti CLS KNIGHTS Surabaya bertanding saat di luar kota. Fildha juga tidak pernah absen dalam melihat pertandingan CLS KNIGHTS Surabaya saat sedang berlaga di Surabaya.
- l. Faizal Rachman, Anggota Knights Society. Peneliti memilih Faizal sebagai narasumber dikarenakan Faizal selalu *uptodate* di media sosialnya ketika CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding. Meski Faizal tidak pernah mengikuti CLS KNIGHTS Surabaya hingga ke luar kota, namun dirinya tidak pernah absen menonton melalui *livestreaming* dan ketika CLS KNIGHTS Surabaya bertanding di Surabaya.
- m. Nur'aini Hanifah, Anggota Knights Society dari Yogyakarta. Peneliti memilih Nur'aini atau yang akrab disapa Aik ini karena ia adalah salah satu perwakilan Knights Society dari Yogyakarta yang juga menjabat sebagai Koordinator. Aik

juga pernah ke Luar Yogyakarta dan bahkan beberapa kali sampai Surabaya untuk bertemu langsung dengan Anggota Knights Society dari Surabaya dan berinteraksi secara langsung dengan pemain CLS KNIGHTS Surabaya.

- n. Elizabeth Novfrityas, Anggota Knights Society dari Yogyakarta. Peneliti mewawancarai Tyas karena Tyas adalah salah satu teman baik Aik semenjak menjadi sesama anggota Knights Society. Tyas dan Aik tidak pernah absen untuk menunjukkan kehadirannya saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding di Yogyakarta. Tyas juga pernah mengikuti Aik ke Surabaya dalam rangka menonton CLS KNIGHTS Surabaya bertanding dan bertemu dengan Anggota Knights Society lainnya dari Kota Surabaya.
- o. Melinda Priskilla, Anggota Knights Society. Peneliti mewawancarai Melinda karena keeksistensian Melinda saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding di Kota Surabaya. Di media sosial pun, Melinda selalu menunjukkan kedekatannya dengan beberapa pemain CLS KNIGHTS Surabaya. Dan yang uniknya lagi, Melinda selalu menonton bersama kedua orang tuanya ketika CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding.
- p. Jella Rossa Ayu Jenika, Anggota Knights Society. Peneliti mewawancarai Jella karena Jella adalah salah satu anggota Knights Society yang meski sibuk dengan pekerjaannya ia tidak lupa untuk selalu mendukung CLS KNIGHTS Surabaya meski tidak menonton secara langsung di lapangan. Jella adalah salah satu anggota Knights Society yang merupakan fans dari salah satu pemain yakni Rachmad Febri Utomo.

b. Observasi partisipan

Menurut Burhan Bungin (2011: 118), teknik observasi ini adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. Peneliti mengamati dengan turut serta bergabung dalam aktifitas yang dilakukan oleh kelompok Knights Society saat ada pertandingan CLS Knights di Surabaya dalam laga Indonesian Basketball League.

Jenis observasi yang peneliti lakukan dalam penelitian ini merupakan observasi partisipan. Dimana observasi partisipan pada umumnya dipergunakan untuk penelitian yang bersifat eksploratif. Suatu observasi disebut observasi partisipasi bila observer turut mengambil bagian dalam kehidupan observasi. Dan peneliti mengambil beberapa bagian aktifitas-aktifitas yang dilakukan para anggota Knights Society , terutama saat CLS KNIGHTS bertanding di Liga Indonesian Basketball League yang diselenggarakan pada 23 April hingga 1 Mei 2016 di Kota Surabaya.

1.6.6 Teknik Pengolahan Data

Peneliti mengolah data berdasar analisa setelah melakukan observasi dan wawancara kepada narasumber, sehingga akan dianalisis berdasar metode dan teori yang sesuai. Setelah melakukan wawancara dan mengobservasi saat CLS KNIGHTS Surabaya sedang bertanding.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Memilih informan yang terdiri dari empat founder Knights Society, delapan anggota Knights Society, tiga pemain CLS KNIGHTS Surabaya dan satu mantan pemain CLS KNIGHTS Surabaya. Dari keenambelas narasumber tersebut peneliti wawancara, lalu dimasukkan ke dalam data *transcript*. Setelah peneliti *transcript*, Peneliti menarasikan penemuan peneliti ke dalam Bab III yakni Analisis dan Interpretasi Data. Dalam Bab tersebut, peneliti menarasikan hasil wawancara lalu dihubungkan dengan teori-teori yang memiliki signifikansi tentang Fandom, Sports and Life style dan Juga Pop Culture.