

NO. DAFTAR FPIPS: 1286/UN.40.A2.11/PP/2019

**EKSPRESI PEREMPUAN PENGGEMAR KLUB SEPAK BOLA SAAT
BERADA DI STADION**

(Studi Kasus Anggota Komunitas Viking Girls Kota Bandung)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



Oleh

Asmara Ayu

1500826

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

BANDUNG

2019

**EKSPRESI PEREMPUAN PENGGEMAR KLUB SEPAK BOLA SAAT
BERADA DI STADION**

(Studi Kasus Anggota Komunitas Viking Girls Kota Bandung)

**Oleh
Asmara Ayu Larashaty**

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Asmara Ayu Larashaty 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Oktober 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

ASMARA AYU LARASHATY

NIM. 1500826

**EKSPRESI PEREMPUAN PENGGEMAR CLUB SEPAK BOLA SAAT
BERADA DI STADION
(Studi Kasus Anggota Komunitas Ladies Viking Kota Bandung)**

Skripsi ini disetujui oleh,

Pembimbing I,



Prof. Dr. Achmad Hufad, M.Ed.

NIP. 19550101 198101 1001

Pembimbing II,



Tito Edy Priandono, S.Sos., M.Si.

NIP. 1982 0525 201212 1001

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed

NIP. 1962 0926 198904 1001

Acc. 17/10

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Ekspresi Perempuan Penggemar Klub Sepak bola Saat Berada di Stadion (Studi Kasus Anggota Komunitas Ladies Viking Kota Bandung)**” dan seluruh isinya adalah betul karya saya pribadi. Saya telah melakukan pengutipan dengan cara-cara yang sesuai etika keilmuan yang berlaku pada masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung,

Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Asmara Ayu Larashaty

NIM. 1500826

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, serta para pengikut dan para sahabatnya, keluarga, serta umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat kelulusan dalam jenjang Strata 1 serta memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia. Judul skripsi yang penulis ajukan yaitu **“Ekspresi Perempuan Penggemar Klub Sepak bola Saat Berada di Stadion”**.

Selama proses menyelesaikan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan maksimal dan segala proses ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi masih memiliki banyak kekurangan, maka penulis dengan sangat terbuka menerima kritik dan saran yang bermanfaat dari berbagai pihak.

Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulis juga berharap bahwa penelitian ini menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu dan praktik di Ilmu Komunikasi khususnya kajian komunikasi lintas budaya.

Bandung, September 2019

Penulis

Asmara Ayu Larashaty

ABSTRAK

Saat ini supporter perempuan mulai sering ditemui kehadirannya dan jumlahnya terus meningkat dari waktu ke waktu. Sangat kentalnya nuansa gender yang di dominasi oleh pria dalam komunitas pendukung klub sepak bola membuat hal ini semakin menarik untuk diteliti. Awalnya eksistensi kaum hawa dalam mendukung Persib Bandung masih bersifat individual, setelah jumlahnya semakin berkembang di bentuklah Viking Girls. Viking Girls adalah nama pendukung asosiasi sepak bola Bandung (Persib) untuk pendukung perempuan. Teori yang digunakan pada penelitian ini etnografi komunikasi. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana situasi komunikatif, peristiwa komunikatif dan tindak komunikatif dapat mempengaruhi ekspresi yang muncul dari perempuan penggemar klub sepak bola saat berada di stadion. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi kasus pada komunitas Viking Girls kota Bandung. Teknik Pengumpulan data yang digunakan berupa observasi berperan, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi literatur. Informan utama dalam penelitian ini adalah enam orang anggota komunitas Viking Girl. Hasil penelitian menunjukkan bahwa situasi yang terjadi selama di stadion dapat mempengaruhi ekspresi yang muncul dari para perempuan penggemar klub sepak bola. Peristiwa komunikatif mempengaruhi pula bagaimana interaksi para perempuan penggemar klub sepak bola selama berada di stadion. Dalam konteks tindak tutur para perempuan penggemar klub sepak bola masih pasif dalam mengekspresikan berbagai tuturan yang ada, namun mereka akan selalu merepon kata-kata slogan.

Kata Kunci : Etnografi Komunikasi, Situasi Komunikatif, Tindak Komunikatif, Peristiwa Komunikatif, Perempuan Penggemar klub sepak bola, Viking Girls.

ABSTRACT

The number of football female supporters is increasing. This phenomenon become very interesting to study because it happens in the world which is dominated by men. Initially the women's existence in supporting Persib Bandung (Bandung football association) was very individual. However since more and more women were interested in joining the community, they formed Viking Girls. The theory used in this research is communication ethnography. This study aims to find out how communicative situations, communicative events and communicative actions influence the expressions shown by women supporters while at the stadium. The method used in this research is qualitative with case Study in Bandung Viking Girls community. Data collection techniques used are in the form of role observation, in-depth interviews, documentation and literature studies. The main informants in this study were six members of the Viking Girl community. The results showed that the situation occurred during the match in the stadium could affect the expressions which arose from women football supporters while in the stadium. In the context of speech acts of women football supporters were still passive in expressing various existing speech, but they would always respond to the words of the slogan

Keywords: Communication Ethnography, Communicative Situation, Communicative Act, Communicative Events, Women Football Club Fans, Viking Girls.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Segi Kebijakan.....	8
1.4.3 Manfaat Praktik.....	8
1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi.....	8
1.5.1 BAB I : Pendahuluan.....	8
1.5.2 BAB II : Kajian Pustaka.....	9
1.5.3 BAB III : Metode Penelitian.....	9
1.5.4 BAB IV : Temuan dan Pembahasan.....	9
1.5.4 BAB V : Kesimpulan dan Saran.....	9
BAB II	10
2.1 Perempuan sebagai Anggota Klub Penggemar.....	10
2.1.1 Penggemar, Penampilan, Komitmen dan Kegiatan Maskulinitas di Stadion.....	11
2.1.2 Penggemar Perempuan: Pola Perilaku.....	12
2.2 Etnografi Komunikasi.....	14
2.2.1 Situasi Komunikatif.....	17
2.2.2 Peristiwa komunikatif.....	18
2.2.2.1 <i>Setting</i>	20
2.2.2.2 <i>Participants</i>	21
2.2.2.3 <i>Ends</i>	22
2.2.2.4 <i>Act sequence</i>	23
2.2.2.5 <i>Keys</i>	24

2.2.2.6	<i>Instrumentalities</i>	25
2.2.2.7	<i>Norms of Interaction</i>	26
2.2.2.8	<i>Genre</i>	27
2.2.3	Tindak Tutur.....	27
2.2.3.1	Tindak Tutur Lokusi.....	29
2.2.3.2	Tindak Tutur Ilokusi.....	29
2.2.3.3	Tindak Tutur Perlokusi.....	31
2.3	Penelitian Terdahulu.....	32
2.4	Kerangka Pemikiran	41
BAB III		42
3.1	Desain Penelitian	42
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	42
3.1.2	Metode Studi Kasus.....	43
3.2	Partisipan dan Tempat Penelitian	44
3.2.1	Partisipan	44
3.2.2	Tempat Penelitian.....	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1	Observasi Berperan	47
3.3.2	Wawancara Mendalam.....	48
3.3.3	Dokumentasi.....	48
3.3.4	Studi Literatur.....	49
3.4	Instrumen Penelitian	49
3.4.1	Lembar Wawancara.....	50
3.4.2	Lembar Observasi.....	50
3.5	Prosedur Penelitian	50
3.5.1	Tahap Pra-Penelitian	50
3.5.2	Tahap Pelaksanaan	51
3.5.3	Tahap Pembustan Laporan	51
3.6	Teknik Analisis Data	52
3.6.1	Reduksi Data	52
3.6.2	Penyajian Data.....	52
3.6.3	Kesimpulan dan Verifikasi.....	53
3.7	Uji Keabsahan Data	53
3.7.1	Triangulasi sumber	53

3.7.2	Triangulasi metode	54
3.7.3	Member <i>check</i>	54
3.8	Pertanyaan Penelitian	55
BAB IV	60
4.1	Deskripsi Umum Subjek Penelitian	61
4.1.1	Deskripsi Umum Komunitas Viking Girls	61
4.2	Profil Informan	63
4.2.1	Informan Utama	63
4.2.1.1	Profil Informan Pertama	63
4.2.1.2	Profil Informan Kedua	64
4.2.1.3	Profil Informan Ketiga	65
4.2.1.4	Profil Informan Keempat	65
4.2.1.5	Profil Informan Kelima	66
4.2.1.6	Profil Informan Keenam	67
4.2.2	Profil Informan Pendukung	68
4.2.2.1	Profil Informan Pendukung Pertama	68
4.2.2.2	Profil Informan Pendukung Kedua	68
4.3	Deskripsi Hasil dan Pembahasan Penelitian	68
4.3.1	Situasi Komunikatif pada Anggota Viking Girls Saat Berada di Stadion	68
4.3.1.1	Euforia yang Dirasakan Selama di Stadion	69
4.3.1.2	Ekspresi Euforia Selama di Stadion	75
4.3.1.3	Hambatan Euforia	79
4.3.2	Peristiwa Komunikatif pada Anggota Viking Girls Saat Berada di Stadion	85
4.3.2.1	Lokasi Mempengaruhi Ekspresi (<i>Setting</i>)	86
4.3.2.2	Partisipasi Selama di Stadion (<i>Participans</i>)	91
4.3.2.3	Tujuan Menonton ke Stadion (<i>Enak</i>)	95
4.3.2.4	Budaya mempengaruhi komunikasi (<i>Act sequence</i>)	98
4.3.2.5	Interpretasi Kunci (<i>Keys</i>)	102

4.3.2.6 Media Komunikasi di Stadion (<i>Instrumentalities</i>)	105
4.3.2.7 Norma di stadion (<i>Norms</i>)	108
4.3.2.8 Bentuk Tuturan (<i>Genre</i>)	111
4.3 Tindak Komunikatif pada Anggota Viking Girls Saat Berada di Stadion	114
4.3.2.1 Tindak Lokusi	115
4.3.2.2 Tindak Ilokusi	117
4.3.2.3 Tindak Perlokusi	120
BAB V	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Implikasi	128
5.2.1 Implikasi Akademik	128
5.2.2 Implikasi Praktis	128
5.3 Rekomendasi	129
5.3.1 Rekomendasi Akademis	129
5.3.2 Rekomendasi Praktis	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Daftar Informan Utama Penelitian	44
Tabel 3.2 Daftar Informan Pendukung Penelitian	44
Tabel 4.1 Bentuk Euforia yang Dirasakan Selama di Stadion	72
Tabel 4.2 Ekspresi Euforia Selama di Stadion	76
Tabel 4.3 Hambatan Euforia	83
Tabel 4.4 <i>Setting</i> Komunikatif	87
Tabel 4.5 <i>Participans</i> Komunikatif	93
Tabel 4.6 <i>Ends</i> Komunikatif	96
Tabel 4.7 <i>Act Sequance</i> Komunikatif	100
Tabel 4.8 <i>Keys</i> Komunikatif	103
Tabel 4.9 <i>Instrumentalities</i> Komunikatif	107
Tabel 4.10 <i>Norm</i> Komunikatif	109
Tabel 4.11 <i>Genre</i> Komunikatif	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Berpikir Penelitian	39
Gambar 4.1 Logo Komunitas Viking Girls	61
Gambar 4.2 Event Buka Bersama Komunitas Viking Girls	62
Gambar 4.3 Bagan Situasi Komunikatif	69
Gambar 4.4 Para Pendukung Tira Persikabo	71
Gambar 4.5 Viking Girls saat di luar stadion	71
Gambar 4.6 Kegembiraan Anggota Viking Girls Saat Bertemu Sesama Rekan .	72
Gambar 4.7 Ekspresi Euforia Anggota Komunitas Viking Girls	76
Gambar 4.8 Ekspresi Kekesalan Viking Girls Saat Persib Gagal Mencetak Gol	78
Gambar 4.9 Viking Girls berfoto di Stadion Gelora Bung Tomo	81
Gambar 4.10 Saat menyaksikan pertandingan away	82
Gambar 4.11 Kekecewaan Viking Girls saat Persib Kalah	82
Gambar 4.12 Bagan Tindak Tutur	86
Gambar 4.13 Denah Stadion Si Jalak Harapat	88
Gambar 4.14 Viking Girls Saat Berkumpul di luar Stadion	92
Gambar 4.15 Ilma menyaksikan pertandingan secara individu	94
Gambar 4.16 Anggota Viking Girls Saat Menyaksikan Pertandingan	103
Gambar 4.17 Spanduk Viking Girls	106
Gambar 4.18 Perempuan Penggemar Klub Sepak Bola Melakukan Koreografi	113
Gambar 4.19 Bagan Tindak Tutur	116
Gambar 4.20 Proses interaksi Tindak Tutur Lokusi	117
Gambar 4.21 Proses interaksi Tindak Tutur Illokusi	119
Gambar 4.22 Proses interaksi Tindak Tutur Perlokusi	122

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Anshori, Dadang S. *Etnografi Komunikasi: Perspektif Bahasa*. 2017. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Chaer, A. & Leonie, A. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. 2010. Jakarta: Rhineka Cipta
- Creswell, John D. 2007. *Qualitative Inquiry an Research Design*. London: Sage Publication
- Denzin, N. K. dan Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Hancock, B., Elizabeth, O., & Kate, W. 2009. *An Introduction to Qualitative Research*. The NIHR RDS EM / YH : Leicester.
- Ibrahim, A.S. 1994. *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi*. Surabaya: Usaha Nasional
- Kuswarno, E. 2008. *Etnografi Komunikasi: Pengantar dan contoh penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran. Hal. 11-43
- Kuswarno, E. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mason, J. 2002. *Qualitative Researching*. Sage Publications Ltd : London
- Moleong, J. L. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedi. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Neyland, D. 2008. *Organizational Ethnography*. Sage Publication: Los Angels
- Patton, M.Q. 2001. *Qualitative Research & Evaluation Methods* 3rd edn. Sage Publication: Thousand Oaks

- Peshkin, A. 1993. *The goodness of qualitative research*. Educational Researcher, 22 (2),23-29.
- Pini, B. 2016. *Qualitative Data Analysis*. Griffith University. 1-56.
- Rampton, B. 2009. Dell Hymes's visions of enquiry. Text and Talk, 29, 359-369
- Rohmadi, M. 2004. Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisanya). Surakarta: Yuma Pustaka.
- Rusminto, N.E. 2009. Analisis Wacana Bahasa Indonesia. (Buku Ajar).Bandar lampung: FKIP Universitas Lampung
- Rustono. 1999. Pokok-pokok Pragmatik. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Saville, T.M. (2003). *The ethnography of communication: An introduction*. Oxford. UK: Blackwell
- SIRC. 2008. *Football Passions*. Oxford: The Social Issues Research Center
- Susanto, Phill. 1976. Filsafat Komunikasi. Bandung: Binacipta. Hlm. 2
- Toffoletti, Kim. 2017 *Women Sport Fans: Identification, Participation, Representation*. Routledge: New York.
- Wibowo, Wahyu. 2015. Konsep Tindak Tutur Komunikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara

Sumber Jurnal

- Almut, Sülzle. 2005. *Football as a Refuge for Masculinities? Ethnographic Comments on Space for Gender in the Stadium*. In Gender kicks. Hal 37–53.
- Budka, P. & Jacono, D. 2013. *Football fan communities and identity construction: Past and present of "Ultras Rapid" as sociocultural phenomenon*. Hlm, 1-12
- Connell, R. & James, W. 2005. *Messerschmidt. 'Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept'*. *Gender and Society*. Vol. 12(6), hal 829–859
- Cottingham D. Marci. 2012. *Interaction Ritual Theory and Sports Fans: Emotion, Symbols, and Solidarity*. [Sociology of sport journal](#). Vol(29), hlm. 168-185

- Doidge, Mark. (2013). *“If you jump up and down, Balotelli dies”*: Racism and player abuse in Italian football. *International Review for the Sociology of Sport*. Vol. 50(3), hlm. 249–264.
- Esmonde, K., Cooky, C., dan Andrews, D. 2015. *“It’s supposed to be about the love of the game, not the love of Aaron Rodgers’ eyes”*: Challenging the exclusions of women’s sports fans. *Sociology of Sport Journal* 32(1): 22–48.
- Ferguson D. John. 1981. *Emotions in Sport Sociology*. *International Review for the Sociology of Sport*.
- Fuschillo Gregorio. 2018. *Fans, fandoms, or fanaticism?*. *Journal of Consumer Culture*. Hlm, 1–19
- Grodecki, M. (2017). *Building social capital: Polish football supporters through the lens of James Coleman’s conception*. *International Review for the Sociology of Sport*, 1-20
- Jones, K.W. 2008. *Female Fandom: Identity, Sexism, and Men’s Professional Football in England*. *Sociology of Sport Journal*. Vol. 25(5), hal16–37.
- Kalou, Z. & Smith, E. 2015. *Using Ethnography of Communication in Organizational Research*. Hal 1-27
- Kossakowski, R. (2015). *Where are the hooligans? Dimensions of football fandom in Poland*. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(6), 693–711
- Kossakowski, R., & Besta, T. (2018). *Football, Conservative Values, and a Feeling of Oneness with the Group: A Study of Polish Football Fandom*. *East European Politics and Societies: And Cultures*, 32(4), 866–891.
- Kusuma, Yoseph Benny. 2017. *Analisis Perilaku Pendukung Perempuan Klub Sepak bola di Indonesia*.
- Lenneis, Verena. 2013. *Female Football Fans in Denmark. Socialization, Behaviour and Everyday Life of Female Fans, Gender Constructions and Negotiations in the Stadium*. Master’s thesis, University of Copenhagen. Vol. 14(6), hal850-863.

- Lenneis, V. & Pster, G. 2015. *Gender constructions and negotiations of female football fans. A case study in Denmark. European Journal for Sport and Society*. 12 (2), hal 158-178
- Pfistera, G., Lenneisa, V., & Svenja, M. 2014. *Female fans of men's football– a case study in Denmark. Journal Soccer & Society*. Vol. 14(6), hal 850–871
- Polkinghorne, Donald E. 2005. *Languange and Meaning : Data Collection of Qualitative Research. Journal of Counseling Psychology*. Vol. 32(2), hal 137- 145.
- Pope, S. 2013. “*The love of my life*”: *The meaning and importance of sport for female fans. Journal of Sport & Social Issues*. Vol 37(2), hal176–195.
- Putry, M.E.H. 2016. *Peristiwa Tuter Dalam Mockumentary Malam Minggu Miko*. Vol 7(1), hal 17-19
- Starman, Adrijana Biba. 2013. *The Case Study as a Type of Qualitative Research. Journal of Contemporary Educational Studies*, Vol. 1.
- Van Maanen, J. (1979). *The fact of fiction in organizational ethnography. Administrative Science Quarterly*. Vol 24, hal 539-550.
- Vimieiro, A. C. (2016). *The digital productivity of football suporters. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(4), 374–390.