

Apa motivasi mahasiswa olahraga dalam mendukung klub sepakbola lokal?

Mohamad Da'i^{1*}, Adi S², Rohmad Apriyanto¹, Hilmy Aliriad¹

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri. Jl. Ahmad Yani No.10, Bojonegoro, 62115, Indonesia.

² Universitas Negeri Semarang. Jl. Sekaran, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50229, Indonesia

* Coresponding Author. E-mail: dai@unugiri.ac.id

Received: 10 July 2024; Revised: 23 July 2024; Accepted: 13 August 2024

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi penggemar sepakbola terhadap klub yang didukungnya. Berdasarkan literatur sebelumnya, motivasi penggemar klub lokal dari kalangan akademisi belum banyak dikaji. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (PJKR) Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri (UNUGIRI). Klub sepakbola yang didukung oleh partisipan adalah Persibo Bojonegoro. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 mahasiswa (79 laki-laki, 21 perempuan). Analisis frekuensi, statistik deskriptif, uji t independen, dan ANOVA satu arah digunakan untuk menganalisis data melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa olahraga dalam mendukung klub lokal meliputi: kebanggaan terhadap tim lokal (35%), kesenangan dan hiburan (25%), ikatan emosional dengan tim (20%), pengaruh teman dan lingkungan sosial (15%), serta kesempatan untuk mengembangkan jejaring sosial (5%). Hasil penelitian ini menambah informasi tentang jenis dan tingkat motivasi penggemar sepakbola di kalangan mahasiswa terhadap klub sepakbola lokal.

Kata Kunci: Mahasiswa olahraga; Motivasi; Penggemar klub sepakbola

What motivates sports students to support their local football club?

Abstract: This study aims to examine the motivations of football fans in supporting their chosen clubs. Previous literature indicates that the motivations of local club supporters, particularly within academic communities, have received limited attention. The participants in this study were students from the Physical Education, Health, and Recreation Study Program (PJKR) at Nahdlatul Ulama Sunan Giri University (UNUGIRI), with Persibo Bojonegoro as the football club of interest. A quantitative research approach was employed, utilizing a questionnaire distributed to 100 students (79 male, 21 female). Data were analyzed using frequency analysis, descriptive statistics, independent t-tests, and one-way ANOVA using SPSS. The findings reveal that the primary motivations for supporting local football clubs among the students include pride in the local team (35%), enjoyment and entertainment (25%), emotional attachment to the team (20%), peer and social influence (15%), and opportunities to expand social networks (5%). These results contribute to the understanding of football fan motivations within student populations for their local football clubs.

Keywords: Football fans; Motivation; Sports Students

How to Cite: Da'i, M., S, A., Apriyanto, R., & Aliriad, H. (2024). Apa motivasi mahasiswa olahraga dalam mendukung klub sepakbola lokal?. *Sepakbola*, 4(2), 43-50. doi:<http://dx.doi.org/10.33292/sepakbola.v4i2.332>



PENDAHULUAN

Sepakbola bukan sekadar olahraga, melainkan juga fenomena sosial yang mampu mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan budaya (Cilla et al., 2023). Konsep penggemar (*fandom*) identik dengan penggemar sepakbola, sehingga konsep tersebut pertama-tama dikaitkan dengan sepakbola daripada jenis penggemar lainnya (Shakina et al., 2020). Akibatnya, orang-orang percaya bahwa mereka menjadi lebih populer setelah menjadi penggemar, terutama penggemar tim sepakbola. Penggemar seni, musik, dan minat lainnya telah terpengaruh oleh pola pikir ini (Nurhasanah & Indrajit, 2021). Jika istilah "penggemar" dikaitkan

dengan sepakbola, yang dimaksudkan adalah seseorang yang tergila-gila dengan sepakbola dan mendukung klub sepakbola (Newson et al., 2023). Saat ini, penggemar sepakbola telah menjadi bagian penting dari budaya sepakbola (Djuyandi et al., 2021). Tidak salah untuk mengatakan bahwa sepakbola telah berkembang menjadi subkultur dengan bahasa gaul dan retorikanya sendiri, dan basis penggemar dianggap sebagai penggeraknya. Penggemar budaya sepakbola populer juga menjadi bagian dari masyarakat dan berfungsi sebagai representasi dari komunitas ekonomi mikro yang terbentuk (Syahputra, 2016); (Nidhomuddin & Suryandari, 2021).

Penelitian-penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek motivasi yang berkaitan dengan penggemar sepakbola. Haryadi, (2019) mengembangkan skala untuk mengukur tingkat identifikasi suporter dengan tim mereka dan menemukan bahwa identifikasi yang kuat berhubungan dengan kepuasan pribadi dan keterlibatan sosial. Wulansari, (2012) memetakan motivasi dan keterikatan suporter pada olahraga, memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana koneksi psikologis terhadap olahraga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Studi tentang motivasi penggemar sepakbola telah menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti identitas sosial, kepuasan emosional, dan lingkungan sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk perilaku dukungan (Brannagan et al., 2022). Identitas sosial, misalnya, mendorong penggemar untuk merasakan kebanggaan dan keterikatan dengan tim mereka, yang memperkuat loyalitas jangka panjang. Kesenangan dan hiburan yang diperoleh dari menonton pertandingan juga menjadi alasan utama bagi banyak penggemar (Kim et al., 2021). Penelitian-penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami motivasi suporter dan dampaknya, yang tidak hanya relevan untuk pengembangan strategi pemasaran dan manajemen klub sepakbola tetapi juga untuk aplikasi dalam bidang pendidikan olahraga dan peningkatan keterlibatan siswa dalam aktivitas olahraga.

Di Indonesia, klub-klub sepakbola lokal memiliki basis penggemar setia, tidak terkecuali Persibo Bojonegoro. Klub ini tidak hanya menjadi kebanggaan masyarakat Bojonegoro, tetapi juga menarik minat para mahasiswa, khususnya mereka yang sedang menempuh studi di bidang olahraga. Dalam konteks akademis, penelitian tentang motivasi penggemar sepak bola, khususnya di kalangan mahasiswa, masih relatif jarang dilakukan. Padahal, pemahaman yang lebih dalam tentang motivasi ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang ilmu olahraga dan pendidikan (Machado et al., 2020). Minat mahasiswa terhadap klub Sepakbolatidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor (Anindya Wiralarasati et al., 2023). Minat mahasiswa dalam mendukung klub sepakbola dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Salah satu faktor utama adalah identitas sosial dan rasa kebersamaan, di mana mahasiswa sering kali mendukung klub sebagai cara untuk membangun identitas diri dan merasakan kebersamaan dengan kelompok sosial tertentu (Setiawan & Rahmatullah, 2023). Pengaruh teman dan keluarga juga sangat signifikan, karena mahasiswa cenderung mendukung klub yang sama dengan orang-orang terdekat mereka. Dukungan fanatik ini tidak hanya memberikan dampak positif pada semangat tim, tetapi juga menciptakan ikatan sosial yang kuat di antara para penggemar (Ridwan, 2022). Motivasi di balik dukungan ini beragam, termasuk kebanggaan terhadap tim lokal, hiburan, ikatan emosional, pengaruh sosial, dan peluang untuk mengembangkan jejaring sosial. Memahami motivasi penggemar menjadi penting bagi klub sepakbola dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas penggemar (Allison & Pope, 2021).

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap motivasi mahasiswa dalam bidang ilmu keolahragaan terhadap klub sepakbola lokal. Aspek-aspek motivasi dalam penelitian ini menggabungkan pendekatan multidimensional dari penelitian-penelitian terdahulu yang mencakup rasa kebanggaan terhadap tim lokal, kesenangan dan hiburan, ikatan emosional dengan tim, pengaruh teman dan lingkungan sosial, kesempatan mengembangkan jejaring sosial dalam menganalisis motivasi penggemar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap klub sepakbola lokal. Pertanyaan kunci yang akan dieksplorasi adalah faktor-faktor utama yang memotivasi mahasiswa olahraga untuk menjadi penggemar klub Persibo Bojonegoro.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan survei. Instrumen yang digunakan adalah "Kuesioner Penggemar Olahraga" yang dikembangkan oleh (Asada et al., 2020), yang telah disesuaikan dengan konteks penelitian ini. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur berbagai aspek motivasi, termasuk rasa kebanggaan terhadap tim lokal, kesenangan dan hiburan, ikatan emosional dengan tim, pengaruh teman dan lingkungan sosial, kesempatan mengembangkan jejaring sosial. Kuesioner tersebut dibagikan kepada 100 responden penelitian (79 laki-laki, 21 perempuan) yang merupakan mahasiswa Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi di Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri sebagai penggemar klub Persibo Bojonegoro. Pengumpulan data dilakukan secara langsung di lingkungan kampus dengan penentuan sampel secara sukarela.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan program statistik SPSS untuk melakukan analisis frekuensi, statistik deskriptif, uji t independen, dan ANOVA satu arah (I. D. A. Setyawan et al., 2021). Tes Tukey juga dilakukan untuk mengetahui sumber perbedaan di antara kelompok peserta yang berbeda (Nanda et al., 2021). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor motivasi yang signifikan serta perbedaan motivasi berdasarkan gender dan jurusan (Syapitri et al., 2021). Untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, dilakukan uji coba kuesioner sebelum digunakan dalam penelitian utama (Arsi & Herianto, 2021). Hasil uji coba menunjukkan bahwa kuesioner tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, dengan nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,7. Selain itu, data yang dikumpulkan juga dianalisis untuk memastikan tidak adanya bias yang signifikan (Sarosa, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1 menyajikan hasil analisis deskriptif statistik, uji t-independen dan ANOVA satu arah dari data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner.

Tabel 1. Deskriptif Statistik

Motivasi	N	Mean	Std. Deviasi
Rasa Kebanggaan Terhadap Tim Lokal	100	3.5	1.2
Kesenangan dan Hiburan	100	2.5	1.1
Ikatan Emosional dengan Tim	100	2.0	1.0
Pengaruh Teman dan Lingkungan Sosial	100	1.5	0.8
Kesempatan Mengembangkan Jejaring Sosial	100	0.5	0.5

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif motivasi mahasiswa dalam mendukung Persibo Bojonegoro. Nilai mean dan standar deviasi menunjukkan bahwa rasa kebanggaan terhadap tim lokal memiliki mean tertinggi sebesar 3.5 dengan standar deviasi 1.2, diikuti oleh kesenangan dan hiburan dengan mean 2.5 dan standar deviasi 1.1. Faktor lain seperti ikatan emosional dengan tim, pengaruh teman dan lingkungan sosial, serta kesempatan mengembangkan jejaring sosial memiliki mean yang lebih rendah dan standar deviasi yang bervariasi.

Tabel 2. Uji t Independen

Motivasi	t	df	Sig. (2-tailed)
Rasa Kebanggaan Terhadap Tim Lokal	2.45	98	0.015
Kesenangan dan Hiburan	1.96	98	0.052
Ikatan Emosional dengan Tim	1.75	98	0.085
Pengaruh Teman dan Lingkungan Sosial	1.34	98	0.182
Kesempatan Mengembangkan Jejaring Sosial	0.89	98	0.376

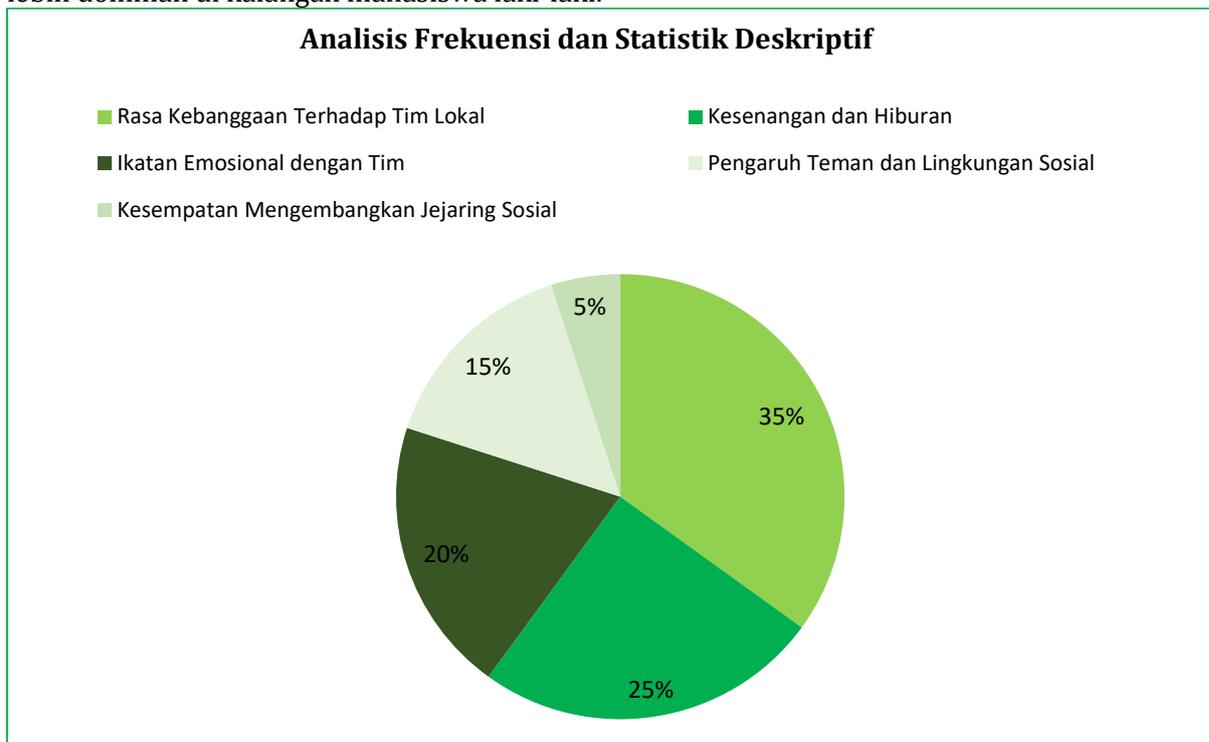
Dari data pada Tabel 2 dapat dilihat hasil uji t independen yang membandingkan motivasi antara dua kelompok yang berbeda. Hasilnya menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada rasa kebanggaan terhadap tim lokal ($t = 2.45, p < 0.05$), sementara faktor lainnya seperti kesenangan dan hiburan, ikatan emosional dengan tim, pengaruh teman dan lingkungan sosial, serta kesempatan mengembangkan jejaring sosial tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Tabel 3. ANOVA Satu Arah

Motivasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Rasa Kebanggaan Terhadap Tim Lokal	12.34	4	3.085	4.56	0.002
Kesenangan dan Hiburan	9.27	4	2.318	3.12	0.018
Ikatan Emosional dengan Tim	7.64	4	1.910	2.78	0.035
Pengaruh Teman dan Lingkungan Sosial	5.43	4	1.358	1.97	0.092
Kesempatan Mengembangkan Jejaring Sosial	2.67	4	0.668	1.10	0.358

Hasil ANOVA satu arah untuk masing-masing faktor motivasi disajikan pada Tabel 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa rasa kebanggaan terhadap tim lokal memiliki nilai F sebesar 4.56 dan signifikan pada $p < 0.01$, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara kelompok. Faktor kesenangan dan hiburan serta ikatan emosional dengan tim juga menunjukkan perbedaan yang signifikan ($p < 0.05$), sementara faktor pengaruh teman dan lingkungan sosial serta kesempatan mengembangkan jejaring sosial tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa rasa kebanggaan memiliki nilai mean tertinggi, sementara hasil uji t independen dan ANOVA satu arah mengindikasikan adanya perbedaan signifikan dalam motivasi berdasarkan rasa kebanggaan terhadap tim lokal ($p < 0.05$). Faktor-faktor lainnya tidak menunjukkan perbedaan signifikan. Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki (79%), menunjukkan bahwa dukungan terhadap Persibo Bojonegoro lebih dominan di kalangan mahasiswa laki-laki.



Gambar 1. Grafik Analisis Frekuensi dan Statistik Deskriptif

Gambar 1 menunjukkan distribusi frekuensi dan persentase motivasi mahasiswa Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi di Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri dalam mendukung Persibo Bojonegoro. Data menunjukkan bahwa 35% mahasiswa termotivasi oleh rasa kebanggaan terhadap tim lokal, 25% oleh kesenangan dan hiburan, 20% oleh ikatan emosional dengan tim, 15% oleh pengaruh teman dan lingkungan sosial, dan 5% oleh kesempatan untuk mengembangkan jejaring sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi utama responden penelitian bervariasi, dengan faktor dominan adalah rasa kebanggaan terhadap tim lokal (35%). Kesenangan dan hiburan menempati posisi kedua (25%), diikuti oleh ikatan emosional dengan tim (20%), pengaruh teman dan lingkungan sosial (15%), serta kesempatan untuk mengembangkan jejaring sosial (5%).

Pembahasan

Penelitian ini mengkaji motivasi mahasiswa sebagai penggemar klub sepak bola lokal. Sepakbola mendorong naluri dasar manusia, itulah sebabnya banyak orang yang menyukainya di berbagai tingkatan (R. Ardiyanto et al., 2021). Untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik tentang olahraga, penting untuk memahami bagaimana orang-orang memiliki perasaan fanatik terhadap klub yang mereka dukung dan apa yang memotivasi mereka untuk menonton pertandingan tim kebanggaan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama oleh penggemar sepakbola adalah rasa kebanggaan terhadap tim lokal, yang merupakan faktor dominan dengan persentase 35%. Hal ini menunjukkan bahwa identitas lokal dan rasa kebanggaan terhadap komunitas bermain peran penting dalam membentuk loyalitas penggemar. Temuan ini sejalan dengan teori identitas sosial (Aulia et al., 2021) yang menyatakan bahwa individu cenderung mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok atau komunitas yang memberikan mereka rasa bangga dan harga diri. Suporter sepakbola, terutama pelajar atau mahasiswa, sering terlibat dalam kegiatan mendukung tim kesayangan mereka dengan semangat tinggi, baik di dalam maupun di luar stadion. Faktor-faktor seperti identitas komunitas, rasa kebersamaan, dan pencarian identitas diri berkontribusi pada fanatisme ini. Di sisi lain, fanatisme yang berlebihan bisa memicu tindakan negatif seperti kekerasan, vandalisme, dan konflik antar suporter.

Faktor kesenangan dan hiburan menempati posisi kedua dengan 25%. Ini menunjukkan bahwa pengalaman menonton sepakbola tidak hanya terkait dengan dukungan tim, tetapi juga sebagai bentuk rekreasi dan hiburan. Sepakbola sebagai olahraga yang populer menawarkan momen-momen yang menghibur dan menyenangkan yang dapat menjadi pelarian dari rutinitas sehari-hari (Hesketh & Sullivan, 2020). Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini, dimana aspek hiburan seringkali menjadi motivasi utama bagi penggemar olahraga.

Ikatan emosional dengan tim juga menjadi faktor penting dengan 20% responden yang menyatakan ini sebagai motivasi utama mereka. Hubungan emosional yang kuat dengan tim dapat berkembang melalui pengalaman bersama, seperti kemenangan dan kekalahan, serta melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan klub. Ikatan ini dapat menciptakan loyalitas jangka panjang yang mendalam, dimana penggemar merasa terhubung secara emosional dengan prestasi dan tantangan yang dihadapi oleh tim mereka (Kural & Özbek, 2023). Klub yang berprestasi baik dan sering memenangkan pertandingan atau kejuaraan memiliki daya tarik lebih besar bagi pendukung baru. Namun demikian, tradisi dan sejarah klub tidak kalah penting dalam menarik minat secara emosional, terutama bagi mahasiswa yang menghargai nilai-nilai historis dan prestasi masa lalu. Eksposur media melalui berita, tayangan televisi, dan media sosial memainkan peran penting dalam membangkitkan minat mahasiswa untuk mendukung klub. Aksesibilitas dan pengalaman di stadion juga mempengaruhi, di mana kemudahan akses dan atmosfer pertandingan yang menarik dapat meningkatkan antusiasme yang pada gilirannya dapat membangun ikatan emosional dengan klub.

Pengaruh teman dan lingkungan sosial, yang menyumbang 15% dari motivasi, menunjukkan bahwa dukungan terhadap Persibo Bojonegoro juga dipengaruhi oleh interaksi sosial. Pengaruh dari teman, keluarga, dan komunitas dapat memperkuat minat dan komitmen individu terhadap klub sepak bola. Lingkungan sosial yang mendukung dapat memfasilitasi keterlibatan lebih dalam dengan klub, melalui kegiatan bersama seperti menonton pertandingan atau menghadiri acara klub (Celebi, 2021). Interaksi dengan teman dan komunitas yang memiliki minat yang sama memperkaya pengalaman dalam mendukung tim. Keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas juga dapat memperkuat loyalitas dan komitmen penggemar, yang merupakan aset jangka panjang bagi klub dalam membangun basis penggemar yang solid dan setia. Strategi pemasaran yang terfokus pada pengembangan komunitas suporter dapat memberikan efek berkelanjutan yang menguntungkan bagi pertumbuhan dan stabilitas klub sepakbola.

Pola-pola yang membentuk minat mahasiswa menjadi komunitas suporter sepakbola memberikan manfaat signifikan bagi klub dalam hal strategi pemasaran dan pengembangan basis penggemar. Ketika mahasiswa bergabung dalam komunitas suporter, mereka tidak hanya memperkuat identitas klub tetapi juga memperluas jangkauan promosi melalui *word-of-mouth* dan media sosial. Suporter yang terorganisir dalam komunitas dapat menjadi duta klub yang

efektif, mempromosikan pertandingan, *merchandise*, dan acara-acara klub kepada jaringan sosial mereka. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik klub, terutama di kalangan generasi muda yang merupakan target pasar penting. Selain itu, komunitas suporter yang aktif menciptakan atmosfer pertandingan yang lebih hidup dan menarik, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak penonton dan meningkatkan pendapatan dari penjualan tiket dan *merchandise* (R. Setyawan & Ma'arif, 2024).

Terakhir, kesempatan untuk mengembangkan jejaring sosial, meskipun memiliki persentase yang paling kecil (5%), tetap merupakan faktor yang relevan. Bagi beberapa mahasiswa, menjadi penggemar Sepakbola memberikan kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama, yang dapat memperluas jejaring sosial mereka. Ini mencerminkan peran Sepakbolasebagai platform sosial yang memungkinkan individu untuk membangun hubungan baru dan memperkuat hubungan yang ada (Setiawan & Rahmatullah, 2023). Keterlibatan klub dalam kegiatan memfasilitasi pengembangan komunitas dan acara khusus yang melibatkan pendukung dapat meningkatkan rasa memiliki dan minat untuk mendukung klub tersebut. Faktor-faktor ini bisa bersifat pribadi, sosial, hingga budaya. Bagi mahasiswa Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi, keterlibatan dalam dunia olahraga menjadi bagian integral dari kehidupan akademis dan profesional mereka. Dukungan mereka terhadap Persibo Bojonegoro dapat dilihat sebagai manifestasi dari identitas mereka sebagai calon profesional di bidang olahraga.

Memahami motivasi utama penggemar dapat membantu klub dalam merancang program yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas dan keterlibatan, serta menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi penggemar (Behnam et al., 2021). Pemahaman tentang motivasi ini dapat membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas penggemar klub sepakbola di kalangan mahasiswa (Irianto & Kartikasari, 2020). Misalnya, klub dapat fokus pada memperkuat identitas lokal dan kebanggaan komunitas, menyediakan lebih banyak kegiatan hiburan yang melibatkan penggemar, dan menciptakan lingkungan sosial yang mendukung keterlibatan penggemar. Temuan-temuan ini memberikan wawasan bagi klub sepakbola seperti Persibo Bojonegoro dalam mengembangkan strategi pemasaran dan keterlibatan penggemar. Dari segi metode penelitian, penelitian ini memanfaatkan metode survei yang dirancang khusus untuk menggali motivasi dalam konteks dukungan mereka terhadap klub sepakbola lokal, yaitu "Kuesioner Penggemar Olahraga". Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang motivasi dalam *fandom* olahraga di kalangan mahasiswa, baik dalam ranah akademis maupun praktis.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis motivasi mahasiswa sebagai penggemar klub sepakbola lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasa kebanggaan terhadap tim lokal menjadi motivasi utama, dengan mahasiswa merasa terhubung secara emosional dan bangga mendukung klub mereka. Kesenangan dan hiburan yang diperoleh dari menonton pertandingan dan terlibat dalam kegiatan klub juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat mereka. Ikatan emosional yang kuat dengan klub lokal memperdalam keterlibatan mereka, sementara pengaruh teman dan lingkungan sosial turut memainkan peranan signifikan dalam keputusan mereka untuk menjadi penggemar. Kesempatan untuk mengembangkan jejaring sosial melalui acara klub dan interaksi dengan sesama penggemar memberikan nilai tambah yang memperkuat motivasi mereka. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sampel yang terbatas pada mahasiswa olahraga dan potensi bias dalam pengumpulan data. Untuk riset di masa mendatang, disarankan untuk memperluas sampel dengan melibatkan penggemar dari latar belakang yang lebih beragam dan menggunakan metode pengumpulan data yang lebih mendalam, seperti wawancara dan observasi, guna memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang motivasi penggemar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri (UNUGIRI), khususnya ketua Program Studi Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan

Rekreasi (PJKR) atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk penelitian ini dan juga mahasiswa yang bersedia menjadi responden.

DAFTAR REFERENSI

- Allison, R., & Pope, S. (2021). Becoming fans: Socialization and motivations of fans of the England and US women's national football teams. *Sociology of Sport Journal*, 39(3), 287–297. <https://doi.org/10.1123/ssj.2021-0036>
- Anindya Wiralarasati, Chelsea Gita Kharisma, Muhammad Nanda, Sofyan Hutamam, & M. Delvin Oknanda. (2023). Fanatisme Suporter Sepakbola Terhadap Perilaku Agresi. *Journal of Communication and Social Sciences*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.61994/jcss.v1i1.127>
- Ardiyanto, H. (2021). Meletakkan keterampilan mental dalam sepakbola pada konteksnya. *Sepakbola*, 1(2), 39. <https://doi.org/10.33292/sepakbola.v1i2.116>
- Ardiyanto, R., Irawan, F. A., & Chuang, L.-R. (2021). Manajemen klub sepakbola profesional PSIS Semarang pada masa pandemi Covid-19 tahun 2021. *Sepakbola*, 1(2), 48. <https://doi.org/10.33292/sepakbola.v1i2.121>
- Arsi, A., & Herianto, H. (2021). *Langkah-langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS*.
- Asada, A., Ko, Y. J., & Jang, W. E. (2020). Effects of relative size and homogeneity of sports fan community on potential fans' support intentions. *Journal of Sport Management*, 34(2), 103–119. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0055>
- Aulia, L. R., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Mengenal identitas nasional Indonesia sebagai jati diri bangsa untuk menghadapi tantangan di era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8549–8557. <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2355>
- Behnam, M., Pyun, D. Y., Doyle, J. P., & Delshab, V. (2021). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(2), 407–427. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2020-0039>
- Brannagan, P. M., Scelles, N., Valenti, M., Inoue, Y., Grix, J., & Perkin, S. J. (2022). The 2021 European Super League attempt: Motivation, outcome, and the future of football. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(1), 169–176. <https://doi.org/10.1080/19406940.2021.2013926>
- Çelebi, E. (2021). The effect of organization-public relations on sports fan loyalty. *Journal of Human Sciences*, 18(1). <https://doi.org/10.14687/jhs.v18i1.6080>
- Cilla, N. A. V., Amaliah, S. N., Nurantika, M., Anjani, V., & Prilosadoso, B. H. (2023). Fanatisme Sepak Bola: Analisis Visual Media Sosial Terhadap Anarkis Antar Suporter. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 4(2), 156–170. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v4i2.5576>
- Djuyandi, Y., Siregar, M. M., & Muradi, M. (2021). Peran Suporter Sepakbola Sebagai Kelompok Penekan. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 1–14. <https://doi.org/10.22437/jisipunja.v5i1.17219>
- Endrawan, I. B., Aliriad, H., Apriyanto, R., Da'i, M., & Cahyani, O. D. (2023). The relationship between sports and mental health: literature analysis and empirical study. *Health Education and Health Promotion*, 11(2), 215–222. 10.58209/hehp.11.2.215
- Haryadi, R. D. (2019). *Analisis Sosiologis Bentuk-Bentuk Loyalitas Suporter Sepakbola Persija Jakarta The Jakmania*. FISIP UIN Jakarta.
- Hesketh, C., & Sullivan, J. (2020). The production of leisure: understanding the social function of football development in China. *Globalizations*, 17(6), 1061–1079. <https://doi.org/10.1080/14747731.2020.1737408>
- Irianto, D., & Kartikasari, D. (2020). Fan loyalty toward international football team: The role of brand image. *International Journal of Applied Business Research*, 58–72.

10.35313/ijabr.v2i01.95

- Kim, S., Morgan, A., & Assaker, G. (2021). Examining the relationship between sport spectator motivation, involvement, and loyalty: A structural model in the context of Australian Rules football. *Sport in Society*, 24(6), 1006–1032. 10.1080/17430437.2020.1720658
- Kural, S., & Özbek, O. (2023). Sports consumption behaviors of football fans: the relationship between social identity, team loyalty and behavioral intention toward consumption. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 13(6), 685–703. 10.1108/SBM-08-2022-0069
- Machado, J. C., Martins, C. C., Ferreira, F. C., Silva, S. C., & Duarte, P. A. (2020). Motives to engage with sports brands on Facebook and Instagram—The case of a Portuguese football club. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(2), 325–349. 10.1108/IJSMS-06-2019-0066
- Nanda, A., Mohapatra, B. B., Mahapatra, A. P. K., Mahapatra, A. P. K., & Mahapatra, A. P. K. (2021). Multiple comparison test by Tukey's honestly significant difference (HSD): Do the confident level control type I error. *International Journal of Statistics and Applied Mathematics*, 6(1), 59–65. 10.22271/math.2021.v6.i1a.636
- Newson, M., Buhrmester, M., & Whitehouse, H. (2023). United in defeat: shared suffering and group bonding among football fans. *Managing Sport and Leisure*, 28(2), 164–181. 10.1080/23750472.2020.1866650
- Nidhomuddin, A., & Suryandari, N. (2021). Pemersatu Lamongan: Analisis Identitas Kultural Supporter Sepakbola Persela. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 7(2), 145–158. 10.23887/jiis.v7i2.39267
- Nurhasanah, A., & Indrajit, R. E. (2021). *Parenting 4.0: Mengenal Pribadi dan Potensi Anak Generasi Multiple Intelligences*. Penerbit Andi.
- Ridwan, M. R. (2022). *Komunikasi persuasif pengurus organisasi fanatik suporter Viking Persib Club dalam memberikan dukungan*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Setiawan, A., & Rahmatullah, M. I. (2023). Potensi ditingkatkan , prestasi meningkat : Dampak sekolah sepakbola terhadap prestasi akademik siswa Potential improved , achievement improved : The impact of soccer school on students ' academic performance. *Sepakbola*, 3(2), 41–48. <http://dx.doi.org/10.33292/sepakbola.v3i2.243>
- Setyawan, I. D. A., Ade Devriany, S. K. M., & Huda, N. (2021). *Buku ajar statistika*. Penerbit Adab.
- Setyawan, R., & Ma'arif, I. (2024). *Sport Industri Konsep dan Implementasi*. CV. Haura Utama.
- Shakina, E., Gasparetto, T., & Barajas, A. (2020). Football fans' emotions: Uncertainty against brand perception. *Frontiers in psychology*, 11, 659. 10.3389/fpsyg.2020.00659
- Syahputra, I. (2016). Terbentuknya Identitas Fans Sepakbolasebagai Budaya Massa dalam Industri Media. *INFORMASI: Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(2), 205–214. 10.21831/informasi.v46i2.11377
- Syapitri, H., Amila, N., Kep, M., Kep, S., Juneris Aritonang, S. S. T., & Keb, M. (2021). *Buku ajar metodologi penelitian kesehatan*. Ahlimedia Book.
- Wulansari, H. (2012). *Hubungan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada pasukan suporter solo sejati (pasoepati)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:142082473>