

## **KOMODIFIKASI SUPORTER SEPAK BOLA EROPA DALAM MILANISTI INDONESIA SEZIONE JOGJAKARTA ( MISJ )**

**Oleh :**

**Amin Suyitno**

### **INTISARI**

Penelitian ini membahas dua permasalahan pokok yang berkaitan satu sama lain. Pertama, mengulas bagaimana sikap fanatik atau ketertarikan terhadap tim sepak bola Eropa yakni AC Milan muncul di dalam diri seseorang dan menjadikan hal tersebut sebagai identitas diri. Kedua, dari proses pembentukan identitas kemudian melahirkan suatu komoditas baru dalam diri suporter sepak bola Eropa di Yogyakarta yang mengakibatkan mereka terkomodifikasi oleh industri sepak bola dunia.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus dengan observasi melalui wawancara personal saat berlangsung kegiatan utama yakni nonton bareng. Terdapat dua teori utama dalam penelitian yakni identitas sosial dan komodifikasi yang menghubungkan identitas *fans* yang berkamuflase menjadi sebuah komoditas baru. Proses komodifikasi yang dianalisis dan terjadi di dalam komunitas suporter sepak bola Eropa yakni Milanisti Indonesia *sezione* Jogjakarta terbagi ke dalam beberapa jenis komodifikasi yakni komodifikasi komunitas, komodifikasi hak siar, dan komodifikasi identitas.

**Kata Kunci : *Fans*, Identitas, Komodifikasi**

***COMMODIFICATION OF THE EUROPEAN FOOTBALL FANS IN  
MILANISTI INDONESIA SEZIONE JOGJAKARTA (MISJ)***

***By :***

**Amin Suyitno**

***ABSTRACT***

*This research explores two basic problems related to each other. Firstly, examines how the fanatical attitude or interest that appears from the person itself to the European football team which is AC Milan and make it as their own self identity. Second, from the process of identity formation then formed a new commodity from the European football fans of Yogyakarta that has an impact being commodified by the world football industry.*

*This research type is qualitative research using personal interview to the respondent at the main event which is watch rollicking. There was two main theories at the research that is social identity and commodification who connecting fans identity who camouflaged into a new commodity. The analyzing of commodification process and occuring within the European football fans community which is Milanisti Indonesia sezione Jogjakarta is devided into several types of commodification, namely commodification of the community, commodification of broadcasting host, and commodification of identity.*

***Key Words : Fans, Identity, Commodification***