

ABSTRACT

The most popular sport in the world, football, is getting more popular in the United States. Previously, football was less popular compared to American major sports for instance American football, baseball, and basketball. Americans are also exceptional in calling football as soccer. The different terminology often remains dispute among Americans and other parts of the world, particularly Europeans. When most people in this world are enthusiast with the greatest football event which is FIFA World Cup, Americans do not really pay attention on it. However, the football trend is changing recently in United States when Americans begin to be more enthusiast in this global sport.

This research is conducted under American Studies discipline by applying transnational approach. Since this research positions football as popular sport, the theory of popular culture is applied to analyze the popularity of football in United States including the factors which drive its popularity. Theory of identity is also employed to analyze the identity of football in United States. Identity is seen in the popular culture elements by using Nachbar's House of Popular Culture including myth/beliefs, icon/people, and ritual which represent American myth/beliefs.

This research finds that growing popularity of football in United States is determined by commerciality or economic significant through the power of advertisement, commodification of football stars, and media intermingling. Football identity is seen in characteristics of football fandom, stardom power, and the distinguish characteristics of U.S. football league (MLS) from other football leagues.

Keywords: football, sport, popular culture, identity, transnational.

INTISARI

Olahraga yang paling populer di dunia, sepak bola, mulai mengalami ketenaran di Amerika Serikat. Padahal, dulunya sepak bola di Amerika tidak sepopuler olahraga besar lainnya, seperti futbol, bisbol, dan bola basket. Masyarakat Amerika pun ‘eksepsional’ dibandingkan dengan masyarakat lainnya dengan cara menyebut sepak bola dengan sebutan ‘soccer’. Perbedaan istilah yang dipakai tersebut selalu menjadi perdebatan di antara masyarakat Amerika dan masyarakat di belahan dunia lainnya, terutama masyarakat Eropa. Ketika kebanyakan masyarakat di dunia antusias dengan perhelatan akbar sepak bola seperti Piala Dunia FIFA, masyarakat Amerika tidak menunjukkan keantusiasan yang sama. Namun, hal tersebut ditampik dengan kenyataan yang baru-baru menunjukkan bahwa masyarakat Amerika mulai menunjukkan ketertarikan pada olahraga global ini.

Penelitian ini dibawah Pengkajian Amerika dengan mengaplikasikan pendekatan transnasional. Terkait dengan penelitian ini yang memposisikan sepak bola sebagai olahraga populer, teori budaya populer diaplikasikan untuk menganalisa kepopuleran olahraga di Amerika Serikat, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi kepopuleran sepak bola. Teori identitas juga dipakai untuk menganalisa identitas sepakbola di Amerika Serikat. Identitas dilihat menggunakan House of Popular Culture dari Nachbar meliputi mitos/kepercayaan, ikon/figure, dan ritual yang mana masing-masing merepresentasikan mitos/kepercayaan dari masyarakat dan budaya Amerika.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa meningkatnya kepopuleran sepak bola di Amerika Serikat dipengaruhi oleh komersialisasi atau faktor-faktor ekonomi melalui kekuatan iklan, komodifikasi pemain-pemain sepakbola, dan pengaruh media. Identitas sepak bola tersebut dapat terlihat di karakteristik dalam basis penggemar sepak bola, daya tarik pemain bintang sepak bola, dan karakteristik khas liga Amerika (MLS) yang membedakan sepak bola Amerika dengan liga-liga lain pada umumnya.

Kata kunci: Sepak bola, olahraga, budaya populer, identitas, transnasional.