INABA Journal of Psychology
Volume. 4, Issue. 2, 2026, pp. 113-125
P-ISSN: 2964-3074; E-ISSN: 2964-3066
Open Access

HUBUNGAN IDENTITAS SOSIAL DAN KETERIKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS SUPORTER PERSIB BANDUNG (BOBOTOH)

Dzaki Riyanto Akbar[1], Rifqi Farisan Akbar[2], Pratidina Ekanesia[3], Prinska Damara Sastri[4]

[1,2,3,4]Program Studi Psikologi, Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Indonesia
Email: [1]dzakiriyantoakbar@student.inaba.ac.id, [2]rifqi.farisan@inaba.ac.id,
[3]pratidina.ekanesia@inaba.ac.id, [4]prinska.damara@inaba.ac.id

Informasi Artikel

Lini masa Penerbitan Artikel:
Diterima: 11-11-2026
Direvisi: 18-11-2026
Disetujui: 25-11-2026
Tersedia secara *online*: 26-11-2026

Kata Kunci:
loyalitas suporter, identitas sosial, keterikatan emosional, Bobotoh, Persib Bandung

***Keyword*:**
supporter loyalty, social identity, emotional attachment, Bobotoh, Persib Bandung

This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright ©2026 by Author. Published by Universitas Indonesia Membangun

Abstrak

Penelitian ini hendak mengetahui bagaimana hubungan antara Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional dengan loyalitas para pendukung Persib Bandung (Bobotoh), baik secara sendiri-sendiri(parsial) maupun bersama-sama(simultan). Rancangan yang dipakai adalah kuantitatif korelasional prediktif, dan data dihimpun dalam waktu bersamaan pengukuran (cross-sectional). Ada 401 Bobotoh yang diseleksi dengan sampling purposif sebagai responden. Mereka mengisi tiga alat ukur secara online: skala kesetiaan pendukung, skala Identitas Sosial, serta skala Ikatan Emosional. Data kemudian diolah pakai korelasi Pearson dan regresi linear berganda. Karena beberapa asumsi regresi tidak terpenuhi, pengujian parameter memakai standard error robust HC3 dan teknik bootstrap. Hasilnya, Identitas Sosial ($r = 0,712$; $p < 0,001$) dan Keterikatan Emosional ($r = 0,693$; $p < 0,001$) sama-sama berkorelasi positif signifikan dengan loyalitas suporter, dan keduanya juga berhubungan positif ($r = 0,626$; $p < 0,001$). Secara bersamaan, kedua variabel berkaitan signifikan dengan loyalitas pendukung, $F(2, 398) = 308,580$; $p < 0,001$, dan menjelaskan 60,8% variasi skor loyalitas ($R^2 = 0,608$). Hasil ini mengindikasikan bahwa pengenalan terhadap kelompok pendukung dan keterikatan emosional pada tim ikut berperan penting dalam memahami kesetiaan Bobotoh.

Abstract

This research examined the way social identity and emotional attachment connect to loyalty among Persib Bandung fans, known as Bobotoh. It examined each link on its own. Also both together. The researchers used a correlational approach to make predictions. All the information came from one point in time (cross-sectional). In total, 401 Bobotoh were chosen through sampling. They filled out three online self-report scales: a supporter loyalty scale, a social identity scale and an emotional attachment scale. The data underwent Pearson correlation

testing and multiple linear regression analyses. Pearson correlation testing measured the strength of relationships between variables, while multiple linear regression analyses predicted outcomes based on independent factors. Some regression assumptions were not met,. The coefficient tests were also checked using HC3 standard errors and bootstrap resampling. Social identity (r =.712, p <.001) and emotional attachment (r =.693, p <.001) were each positively linked to supporter loyalty. Social identity and emotional attachment were also positively linked to each other (r =.626, p <.001). Together, group identity and emotional connection were strongly tied to fan loyalty, F(2, 398) = 308.580, p <.001. They explained 60.8% of the variance in loyalty scores (R^2 =.608). The findings show that feeling part of the supporters group and having ties to the team each add a lot to our understanding of Bobotoh loyalty levels overall.

1. Pendahuluan

Dalam kajian psikologi olahraga, loyalitas suporter disebut sebagai tendensi individu untuk tetap berpihak pada klub yang didukungnya, termasuk ketika situasi tidak menguntungkan. Pada sepak bola, tendensi ini terlihat dari kerutinan menonton laga, baik di stadion maupun melalui layar, memakai identitas visual klub seperti jersey atau syal, memantau kabar tim lewat kanal digital, serta tetap setia saat klub mengalami hasil buruk. Meski demikian, (Mahony et al., 2000) menilai bahwa perilaku – perilaku itu belum cukup untuk menilai loyalitas; sikap dan komitmen psikologis terhadap tim juga perlu diperhitungkan.

Gambaran loyalitas tersebut tampak pada Bobotoh, sebutan bagi pendukung Persib Bandung. Dukungan mereka tidak berhenti di tribun, tetapi juga hadir lewat kebiasaan memakai atribut klub dan membeli merchandise resmi. Menurut laporan (Bola.com, 2025), jersey resmi Persib untuk musim 2025/2026 terjual sebanyak 28.000 potong sampai 21 Desember 2025. Namun, angka ini belum tentu mencerminkan loyalitas tiap suporter. Keputusan membeli bisa dipengaruhi oleh harga, desain, atau kualitas produk, dan satu pembeli juga bisa mengambil lebih dari satu jersey, sehingga jumlah penjualan tidak sama dengan jumlah suporter. Karena itu, loyalitas suporter sebaiknya dilihat lebih luas daripada sekadar pembelian produk atau kehadiran di pertandingan.

Pembelian merchandise Persib sudah dibahas terlebih dahulu oleh (Nugraha & Jaya, 2024). Riset ini membahas dampak fanatisme pendukung, mutu layanan, dan kebiasaan belanja terhadap keputusan pembelian merchandise resmi Persib Bandung. Hasil riset menunjukkan bahwa fanatisme pendukung dan mutu layanan punya hubungan erat dengan keputusan membeli merchandise. Namun, pembelian merchandise masih harus dibedakan dari kesetiaan suporter, kesetiaan suporter dipahami sebagai keterikatan psikologis pada klub.

Di dunia pemasaran, (Poedjadi et al., 2024) menjelaskan bahwa word of mouth adalah cara orang berbicara satu sama lain yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Informasi serta pengalaman yang dibagikan antarindividu juga dapat memengaruhi cara konsumen merespons suatu produk atau merek tertentu. Dalam konteks sepak bola, hubungan antar suporter patut dicermati karena menjadi unsur penting dalam memberi dukungan kepada sebuah klub.

Aspek psikologis pendukung Persib juga dikaji oleh (Nurfadilah & Nuradina, 2025). Kajian itu mengulas keterkaitan fanatisme dan kematangan emosional dengan tindakan agresif di kalangan suporter Persib Bandung (Viking). Hasilnya, sikap fanatik dan kematangan emosional, jika dikaji bersamaan, berkorelasi signifikan dengan agresi suporter. Hasil tersebut menunjukkan bahwa menjadi pendukung klub sepak bola mencakup berbagai dimensi psikologis. Karena itu, profil psikologis suporter harus dimengerti, bukan sekadar tindakan dukungan yang tampak.

Guna mendapatlkan pemahaman awal mengenai loyalitas Bobotoh, dilakukan survei pendahuluan kepada 31 responden. Sebanyak 29 responden (93,5%) mengaku tidak pernah berfikir untuk menyudahi mendukung Persib. Dua responden lainnya (6,5%) sempat mempertimbangkannya saat performa tim menurun, tetapi memilih bertahan karena rasa bangga dan anggapan bahwa Persib adalah "bagian dari dirinya". Di sisi lain, 87,1% responden menjawab belum pernah atau sesekali datang langsung ke stadion, sedangkan 64,5% selalu menonton pertandingan lewat televisi atau layanan streaming. Pola tersebut memperlihatkan bahwa dukungan yang bertahan tidak selalu berwujud kehadiran di stadion. Dengan kata lain, Bobotoh dapat tetap setia kepada Persib meskipun cara mereka terlibat berbeda-beda.

Identitas sosial merupakan salah satu faktor psikologis yang dispekulasikan berkaitan dengan loyalitas suporter. Menurut (Tajfel & Turner, 1979), identitas merupakan unsur dari pemikiran diri seseorang yang tercipta dari kesadarannya menjadi anggota suatu kelompok, bersama dengan arti dan perasaan yang menyertai keanggotaan tersebut. Pada Bobotoh, hal ini tampak pada tingkat seseorang melihat dirinya sebagai pendukung Persib dan menjadikan keanggotaan tersebut sebagai bagian dari jati dirinya. (Hadi, 2017) menguraikan bahwa identitas Bobotoh dapat berakar pada identitas kewilayahan, identitas Sunda, serta identitas yang lebih umum sebagai pendukung Persib. Dari sini tampak bahwa menjadi Bobotoh tidak sebatas menyukai sepak bola, akan tetapi juga bermakna secara sosial dan pribadi bagi anggotanya.

Kaitan antara identitas sosial dan loyalitas suporter dapat dijelaskan lewat kedekatan seseorang dengan kelompok yang ia anggap bagian dari dirinya. Bagi individu yang menempatkan statusnya sebagai Bobotoh sebagai hal penting dalam jati diri, mendukung Persib bisa berarti lebih dari sekadar menonton laga. (Juniarsih et al., 2015) memperlihatkan bahwa identifikasi terhadap tim berhubungan dengan perilaku loyal suporter, yaitu seberapa sering hadir di pertandingan, berapa lama mengikuti tim, dan seberapa rutin memantau kabar tim. Karena itu, identitas sosial layak dikaji sebagai unsur kejiwaan yang berkaitan dengan loyalitas Bobotoh kepada Persib Bandung.

Studi (Jauhary & Akbar, 2026) pada penggemar DAY6 di Indonesia turut memperlihatkan pentingnya identitas sosial dan keikutsertaan dalam komunitas. Menurut studi itu, keduanya berhubungan dengan tumbuhnya sense of community. Hasil tersebut mengisyaratkan bahwa identitas kelompok dan keterlibatan sosial layak diperhatikan untuk memahami bagaimana seseorang berelasi dengan kelompok yang ia ikuti.

Di samping identitas sosial, keterikatan emosional (emotional attachment) juga dipandang penting untuk menjelaskan loyalitas suporter. (Dwyer et al., 2015) mendefinisikannya sebagai ikatan afektif antara seseorang dan tim yang ia dukung. Konstruk ini terdiri dua dimensi: investment, yaitu seberapa besar seseorang menanamkan diri secara psikologis pada tim, dan dividend, yaitu perasaan positif yang ia peroleh dari hubungannya dengan tim. Pada Bobotoh, keterikatan emosional dapat

terwujud lewat rasa dekat, cinta, dan bahagia terhadap Persib. Namun, ikatan ini berbeda dari reaksi emosi sesaat, misalnya senang saat Persib menang atau kecewa saat kalah, sebab keterikatan emosional merupakan hubungan psikologis yang cenderung bertahan lama.

Survei pendahuluan terhadap 31 responden mengungkapkan bahwa alasan terbanyak untuk tetap mendukung Persib adalah rasa cinta atau ikatan emosional yang sulit diuraikan, yang dikemukakan oleh 11 responden. Lima responden menggambarkan arti Persib bagi mereka dengan ungkapan "Persib mah bahasa hate". Pengukuran awal juga memperlihatkan rata-rata keterikatan emosional sebesar 3,33 pada skala 1-4: 20 responden tergolong tinggi, 10 sedang, dan satu rendah. Hasil ini memberi gambaran awal bahwa Persib bermakna secara emosional bagi sebagian responden. Secara konseptual, keterikatan emosional dapat berhubungan dengan loyalitas, sebab ikatan afektif terhadap klub berpotensi membuat seseorang bertahan mendukungnya. Meski begitu, hubungan masih memerlukan pembuktian lewat data lapangan, mengingat keterikatan emosional tidak selalu tercermin lewat sokongan yang sama pada setiap orang.

Identitas sosial serta keterikatan emosional memang sudah banyak diteliti pada kelompok penggemar dan olahraga. Namun, bagaimana keduanya berkaitan dengan loyalitas suporter secara bersama-sama, khususnya pada Bobotoh Persib Bandung, belum banyak dikaji. Identitas sosial menyoroti cara individu memaknai keanggotaannya dalam suatu kelompok, sedangkan keterikatan emosional menyoroti ikatan afektif antara individu dan klub yang ia dukung. Kendati menekankan hal yang berbeda, keduanya berpotensi saling melengkapi untuk menjelaskan loyalitas suporter. Sehubungan dengan hal tersebut, studi ini melihat bagaimana Identitas Sosial dan Ikatan Emosional memengaruhi kesetiaan pendukung Persib Bandung, satu per satu (parsial) maupun sekaligus (simultan). Hasilnya diharapkan menambah khazanah psikologi sosial dan psikologi olahraga, terutama tentang bagaimana identitas kelompok, ikatan emosional, dan kesetiaan suporter terhadap klub sepak bola saling berkaitan.

2. Metode

Kajian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional prediktif. Data dikumpulkan dalam satu tahap pengukuran, yaitu secara cross-sectional, untuk memeriksa hubungan antara Keterikatan Emosional dan Identitas Sosial terhadap loyalitas pendukung Persib Bandung. Keterkaitan itu dipelajari satu per satu (parsial) atau sekaligus (simultan).

Responden dalam penelitian ini adalah Bobotoh, yaitu para pendukung klub Persib Bandung. Jumlah mereka belum diketahui secara pasti karena belum pernah dihitung secara resmi. Untuk menentukan jumlah sampel yang paling kecil, peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang dikemukakan oleh Lemeshow (1990). Penghitungan ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 persen, proporsi sebesar 0,5, dan kesalahan sebesar 5 persen. Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 385 individu.

Partisipan dipilih lewat cara purposive sampling, yaitu salah satu jenis sampling non-probability. Pemilihan ini didasarkan pada tiga syarat utama: pertama, mengaku sebagai Bobotoh; kedua, mau ikut serta dalam penelitian; ketiga, mampu menjawab semua skala yang dipakai. Syarat keanggotaan dalam kelompok suporter atau pengalaman menonton

di stadion tidak diperlukan. Pada akhirnya, terkumpul sebanyak 401 respons. Semua respons tersebut telah dianalisis secara penuh.

Angket dibuat melalui Gform dan disebarkan selama 1 bulan (10-okt hingga 10 Nov 2026) melalui threads, instagram dan disebaarkan melalui live streaming Simamaung podcast. Di halaman awal, responden membaca tujuan penelitian dan melakukan persetujuan. Setelah itu mereka mengisi data demografis dan pertanyaan penyaring, lalu tiga skala penelitian. Keikutsertaan bersifat sukarela, responden bebas berhenti kapan saja, dan identitas mereka dirahasiakan serta semata digunakan demi keperluan riset.

Perangkat penelitian ini terdiri dari tiga jenis skala : skala loyalitas suporter (21 butir), skala Identitas Sosial (27 butir), dan skala Keterikatan Emosional (21 butir). Skala Keterikatan Emosional diambil dari instrumen ikatan emosional terhadap tim olahraga (EAST) yang dikembangkan oleh Dwyer et al (2015). Semua skala memakai format Likert dalam empat kategori, berawal dari sangat tidak setuju(1) hingga sangat setuju(4), Tidak ada pilihan jawaban netral.

Tahap penyesuaian dilakukan dengan menerjemahkan instrumen ke bahasa Indonesia mengikuti prosedur adaptasi antarbudaya yang dijelaskan oleh Brislin(1970). Setelah itu, pakar mengevaluasi apakah bahasa yang dipakai sudah tepat dan sesuai dengan latar Bobotoh. Butir yang bernilai favorable diberi skor 1-4, sedangkan butir yang unfavorable mendapat skor terbalik.

Kualitas instrumen diuji lewat validitas isi yang dibahas oleh para pakar. Setelah itu, kita hitung koefisien Aiken's V untuk menilai setiap butir. Selanjutnya, validitas tiap butir diperiksa dengan korelasi Pearson product-moment yang menghubungkan nilai masing-masing butir dengan nilai keseluruhan. Keandalan kualitas instrumen diukur menggunakan koefisien alpha Cronbach.

Untuk menguji hipotesis dalam model regresi linear berganda, loyalitas suporter ditetapkan sebagai variabel terikat. Sementara itu, Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional jadi variabel bebas. Pengujiannya pakai uji t. Pengujian t membantu kita mengetahui seberapa jauh setiap variabel berkaitan dengan loyalitas pendukung secara individual (parsial). Uji F dipakai buat melihat apakah kedua variabel prediktor itu punya hubungan kalau dilihat bareng-bareng. Angka R2 menunjukkan persentase keragaman kesetiaan suporter yang bisa diterangkan oleh dua faktor prediktor tersebut. Karena beberapa asumsi regresi tidak terpenuhi secara formal, kami memperkuat evaluasi koefisien dengan galat baku robust HC3 dan bootstrapping 5.000 resampel. Semua uji memakai tingkat signifikansi 0,05.

3. Hasil Penelitian

Data ini dikumpulkan dari 401 orang yang mengaku menjadi pendukung Persib Bandung. Profil mereka meliputi usia, jenis kelamin, tempat tinggal, pekerjaan, berapa lama mereka sudah mendukung Persib Bandung, dan apakah mereka terdaftar dalam komunitas suporter Persib Bandung. Semua detail disajikan secara lengkap di Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden (N = 401)

Karakteristik	Kategori	f	%
Jenis kelamin	Laki-laki	265	66,1
	Perempuan	136	33,9
Usia	< 18 tahun	15	3,7
	18–25 tahun	120	29,9
	26–35 tahun	172	42,9

	36–45 tahun	59	14,7
	> 45 tahun	35	8,7
	Kota Bandung	106	26,4
	Kabupaten Bandung	69	17,2
	Kabupaten Bandung Barat	28	7,0
Domisili	Kota Cimahi	17	4,2
	Wilayah lain di Jawa Barat	113	28,2
	Di luar Jawa Barat	60	15,0
	Di luar Indonesia	8	2,0
	Pelajar/Mahasiswa	69	17,2
Pekerjaan	Karyawan/Pegawai	210	52,4
	Wiraswasta/Pelaku usaha	68	17,0
	Pekerja lepas	54	13,5
	1–3 tahun	32	8,0
Lama mendukung Persib	4–6 tahun	27	6,7
	7–10 tahun	31	7,7
	Lebih dari 10 tahun	311	77,6
Anggota komunitas pendukung	Ya	89	22,2
Persib	Tidak	312	77,8

Tabel 1 memperlihatkan bahwa partisipan terbagi menjadi 265 laki-laki (66,1%) dan 136 perempuan (33,9%). Usia mereka berkisar antara 14 dan 62 tahun, dengan rata-rata 30,47 tahun (SD = 9,51). Usia 26-35 tahun menjadi yang terbanyak, yaitu (42,9%). Mayoritas responden (77,6%) sudah mendukung Persib lebih dari satu dekade. Di sisi lain 77,8% di antaranya tidak tergabung dalam komunitas pendukung Persib.

Pengujian instrumen terdiri dari dua langkah. Pertama, tiap aitem dikorelasikan dengan skor total memakai Pearson product-moment. Kedua, konsistensi internal skala dihitung dengan Cronbach's alpha. Hasil kedua langkah itu ada pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah aitem	Rentang r hitung	Aitem valid	Aitem gugur	Cronbach's Alpha
Loyalitas Suporter (Y)	21	0,389–0,648	21	0	0,852
Social Identity (X1)	27	0,358–0,725	27	0	0,902
Emotional Attachment (X2)	21	0,422–0,789	21	0	0,923

Totalnya, 69 butir item menunjukkan korelasi antara item dan total yang lebih tinggi dibandingkan nilai r tabel, yaitu 0,098 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan 399, sehingga tidak ada butir item yang perlu dihapus. Nilai Cronbach's alpha pada ketiga skala sudah lebih dari 0,70, sehingga reliabilitasnya sudah sesuai standar penelitian. Skor setiap variabel disajikan dalam bentuk statistik deskriptif: nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan simpangan baku. Semua hasil dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (N = 401)

Variabel	Skor minimum	Skor maksimum	Mean	SD	Mean hipotetik
Loyalitas Suporter (Y)	45	84	76,29	6,50	52,50
Social Identity (X1)	51	108	91,63	9,69	67,50
Emotional Attachment (X2)	35	84	77,36	6,77	52,50

Rerata skor empirik pada ketiga variabel melebihi mean hipotetiknya. Menurut kategorisasi yang dipakai, 386 responden (96,3%) tergolong memiliki loyalitas suporter yang tinggi. Pada Identitas Sosial, 348 responden (86,8%) tergolong tinggi, sedangkan pada Keterikatan Emosional jumlahnya 385 responden (96,0%). Dengan demikian, sebagian besar responden mencetak skor tinggi pada ketiga variabel.

Sebelum hipotesis diuji, peneliti mengecek dahulu asumsi regresi. Pengujian ini meliputi sejumlah aspek, yakni kenormalan residual, linearitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Temuan utamanya bisa dilihat di Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Regresi

Pengujian	Hasil	Keterangan
Normalitas residual	K-S = 0,028; p = 0,200	Terpenuhi
Linearitas Y–X1	Deviation from linearity p < 0,001	Terdapat penyimpangan
Linearitas Y–X2	Deviation from linearity p < 0,001	Terdapat penyimpangan
Multikolinearitas X1	Tolerance = 0,608; VIF = 1,645	Tidak terindikasi
Multikolinearitas X2	Tolerance = 0,608; VIF = 1,645	Tidak terindikasi
Heteroskedastisitas X1	Glejser p < 0,001	Terindikasi
Heteroskedastisitas X2	Glejser p = 0,017	Terindikasi

Uji asumsi menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, dan masalah multikolinearitas sudah teratasi. Namun, uji deviasi dari linearitas mengungkapkan bahwa hubungan antara Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional dengan loyalitas suporter tidak bersifat linier. Selain itu, uji Glejser mengindikasikan adanya heteroskedastisitas pada semua variabel prediktor. Untuk mengatasi masalah ini, kami menggunakan koefisien regresi dengan galat baku robust HC3, serta metode bootstrap dengan 5.000 sampel ulang. Pendekatan ini diambil agar hasil estimasi tetap andal dan tidak terlalu terpengaruh oleh ketidakteraturan varians dalam data.

Hipotesis diuji lewat uji korelasi, kemudian regresi linear berganda. Korelasi Pearson memperlihatkan bahwa Identitas Sosial berkorelasi positif dengan loyalitas suporter (r = 0,712; p < 0,001), begitu pula Keterikatan Emosional (r = 0,693; p < 0,001). Hasil regresi, baik secara simultan maupun parsial, dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Linear Berganda

Ringkasan model regresi

R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
0,780	0,608	0,606	4,079

Hasil koefisien regresi

Variabel	r dengan Y	B	Beta	SE HC3	t HC3	95% CI Bootstrap
Konstanta	–	17,980	–	3,409	5,27	12,02–25,01
Social Identity (X1)	0,712	0,307	0,458	0,037	8,21	0,239–0,376
Emotional Attachment (X2)	0,693	0,390	0,406	0,061	6,35	0,271–0,500

Model prediksi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,608. Artinya, sekitar 60,8 persen dari perubahan loyalitas pendukung dalam sampel ini bisa dijelaskan oleh kedua prediktor yang digunakan secara bersamaan. Dari uji F, diperoleh nilai F(2, 398) = 308,580 dengan p < 0,001. Angka ini menunjukkan bahwa hasilnya sangat signifikan. Namun, sebanyak

39,2 persen dari variasi loyalitas pendukung belum bisa dijelaskan oleh model ini. Kemungkinan besar, faktor-faktor lain di luar model inilah yang menyebabkan perbedaan tersebut.

Dengan parsial, koefisien regresi Identitas Sosial bernilai positif (B = 0,307; β = 0,458). Estimasi robust HC3 menghasilkan t = 8,21, dan interval kepercayaan bootstrap-nya berkisar antara 0,239 dan 0,376. Koefisien Keterikatan Emosional juga positif (B = 0,390; β = 0,406), dengan t = 6,35 pada estimasi robust HC3 serta interval kepercayaan bootstrap 0,271-0,500. Karena kedua interval tidak melewati nol, hubungan parsial masing-masing variabel dengan loyalitas suporter didukung oleh data.

Persamaan regresinya adalah $Y = 17{,}980 + 0{,}307X_1 + 0{,}390X_2 + e$. Pada persamaan ini, setiap tambahan satu poin skor Identitas Sosial (X_1) berkaitan dengan tambahan 0,307 poin skor loyalitas suporter, sementara setiap tambahan satu poin skor Keterikatan Emosional (X_2) berkaitan dengan tambahan 0,390 poin, masing-masing dengan skor prediktor lainnya tidak berubah. Temuan ini mendukung ketiga hipotesis penelitian.

4. Pembahasan

Hubungan Identitas Sosial dengan Loyalitas Suporter

Identitas sosial sangat terkait dengan kesetiaan pendukung Persib Bandung. Hubungan antara keduanya kuat, dengan angka korelasi sebesar 0,712 dan nilai p di bawah 0,001. Artinya, semakin seseorang merasa menjadi bagian dari Bobotoh, semakin tinggi kesetiaannya terhadap Persib Bandung.

Ini sejalan dengan teori identitas sosial yang diperkenalkan oleh Tajfel dan Turner(1979). Teori ini menjelaskan bahwa keanggotaan dalam sebuah kelompok membentuk cara seseorang melihat dirinya sendiri. Bagi Bobotoh, mendukung Persib Bandung bukan sekadar menonton pertandingan. Mereka melihatnya sebagai bagian dari siapa mereka. Mendukung Persib Bandung adalah bentuk ekspresi diri, adalah bagian dari identitas mereka. Karena itu, kesetiaan mereka tidak hanya soal kegembiraan, tapi soal keberadaan diri.

Identitas sosial itu penting banget buat Bobotoh. Kenapa? Karena Persib Bandung bukan cuma tim sepak bola biasa. Persib Bandung adalah lambang kebanggaan daerah. Persib Bandung juga jadi identitas bersama para suporternya. Berbagai bentuk dukungan, misalnya memakai atribut klub, menyanyikan lagu dukungan, datang ke stadion, dan ikut kegiatan komunitas, bisa menjadi cara Bobotoh mengekspresikan identitas kelompoknya. Lewat aktivitas itu, individu bisa memperlihatkan statusnya sebagai anggota kelompok sekaligus menegaskan kedekatannya dengan Bobotoh. Karena itu, mendukung Persib dapat bermakna sosial, tidak terbatas pada pengalaman pribadi saat menonton pertandingan.

Kaitan antara identitas kelompok dengan loyalitas juga diperkuat oleh studi (Destian, 2025) tentang terbentuknya identitas sosial Bobotoh lewat keterlibatan sosial dan politik. Studi itu memperlihatkan bahwa identitas sosial Bobotoh berhubungan dengan kategorisasi sosial dan depersonalisasi, yang bermuara pada pembentukan identitas kelompok. Di samping itu, (Kural & Özbek, 2023) mengemukakan bahwasanya identitas sosial berhubungan dengan loyalitas terhadap tim pada penggemar sepak bola. Kedua

studi ini memberi landasan empiris bahwa identifikasi dengan kelompok pendukung penting untuk memahami perilaku suporter dan kedekatan mereka dengan tim. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan itu, yaitu bahwa Identitas Sosial berhubungan positif dengan loyalitas suporter Persib Bandung.

Hubungan Keterikatan Emosional dengan Loyalitas Suporter

Keterikatan Emosional teruji berhubungan positif dan signifikan dengan loyalitas suporter Persib Bandung ($r = 0{,}693$; $p < 0{,}001$). Dengan kata lain, makin erat ikatan emosional seseorang dengan Persib Bandung, makin tinggi pula loyalitas yang cenderung ia tunjukkan sebagai suporter. Temuan ini dapat dijelaskan lewat konsep keterikatan emosional pada olahraga dari Dwyer et al.(2015), yang memandangnya sebagai ikatan afektif antara individu dan tim olahraga yang bermakna bagi dirinya.

Pada Bobotoh, keterikatan emosional terhadap Persib Bandung bisa tumbuh dari pengalaman menonton pertandingan, kenangan bersama tim, serta momen merayakan kemenangan maupun menghadapi kekalahan. Persib menjadi bagian dari perjalanan emosi seseorang dalam banyak keadaan, sehingga hasil pertandingan bukan satu-satunya penentu dukungan terhadap tim. Orang yang memiliki ikatan emosional dengan Persib cenderung tetap mendukung walaupun tim sedang dalam kondisi sulit. Karena itu, loyalitas suporter dapat berkaitan dengan hubungan afektif terhadap tim, bukan sekadar penilaian atas performa di lapangan.

Penjelasan ini sejalan dengan studi Ladhari et al.(2022) tentang anteseden dan konsekuensi keterikatan emosional pada merek tim olahraga, yang melaporkan bahwa keterikatan emosional berhubungan dengan loyalitas terhadap merek tim. Junaedi & Williyanto. (2025) juga memaparkan bahwa loyalitas Bobotoh dapat dimaknai lewat warisan keluarga, kebanggaan daerah, solidaritas sosial identitas pribadi, dan keterikatan emosional. Pandangan ini menunjukkan bahwa kesetiaan bobotoh bukan sekedar bertumpu pada performa tim, tetapi juga melibatkan makna personal dan emosional yang tumbuh dalam relasi antara suporter dan Persib Bandung. Temuan penelitian ini selaras dengan hal tersebut, yakni Keterikatan Emosional berhubungan positif dengan loyalitas suporter.

Hubungan Identitas Sosial dengan Keterikatan Emosional

Identitas sosial dan keterikatan emosional memiliki hubungan yang positif dan signifikan ($r = 0{,}626$; $p < 0{,}001$). Saya melihat bahwa Bobotoh yang merasa lebih kuat terikat pada kelompoknya cenderung juga memiliki ikatan emosional yang lebih besar terhadap klub Persib Bandung. Pola ini sejalan dengan teori identitas sosial (Tajfel & Turner, 1979), yang menyatakan bahwa menjadi anggota suatu kelompok berperan penting dalam membentuk konsep diri seseorang. Keanggotaan di dalam kelompok bukan hanya memberi status sosial, tetapi juga memicu rasa memiliki dan kebanggaan psikologis yang kuat. Keterikatan terhadap kelompok memperkuat perasaan menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar, dan hal ini terlihat jelas dalam dukungan yang diberikan oleh Bobotoh terhadap Persib Bandung.

Bagi Bobotoh, Persib Bandung dapat menjadi lambang identitas kelompok pendukungnya. Orang yang menganggap dirinya Bobotoh bisa memaknai Persib sebagai

salah satu unsur jati dirinya sebagai anggota kelompok. Saat seseorang merasa menjadi bagian dari kelompok itu, pengalaman bersama seperti menonton laga ramai-ramai, menyanyikan yel-yel, memakai atribut Persib, dan merayakan kemenangan dapat mempererat rasa kebersamaan. Pengalaman itu juga memunculkan reaksi emosional, misalnya bangga ketika Persib menang dan kecewa ketika kalah. Karena itu, identifikasi dengan kelompok Bobotoh dapat sejalan dengan keterikatan emosional terhadap Persib Bandung.

Kaitan kedua variabel juga dapat dipahami dengan membedakan titik tekan konseptualnya. (Tajfel & Turner, 1979) memandang Identitas Sosial sebagai porsi citra diri yang tercipta dari statusnya sebagai anggota kelompok sosial dan identifikasinya terhadap kelompok itu. Di sisi lain, (Dwyer et al., 2015) mendefinisikan Keterikatan Emosional sebagai pertalian afektif antara seseorang dan tim olahraga. Dalam penelitian ini, Identitas Sosial mengacu pada cara seseorang menempatkan dirinya sebagai anggota Bobotoh, sedangkan Keterikatan Emosional mengacu pada seberapa dekat perasaannya dengan Persib Bandung. Keduanya bisa berjalan beriringan karena identifikasi dengan kelompok pendukung membentuk latar sosial bagi pengalaman emosional seseorang terhadap tim yang ia dukung.

Namun demikian, keduanya tetap perlu dilihat sebagai dua hal yang berbeda. Ada orang yang memiliki identitas Bobotoh yang sangat kuat, tetapi emosi mereka terhadap Persib belum tentu sekuat emosi orang lain. Sebaliknya, seseorang bisa punya ikatan emosional yang kuat dengan Persib, meskipun tidak pernah menjadi bagian dari komunitas pendukungnya. Dengan demikian, nilai korelasi 0,626 hanya menunjukkan adanya hubungan positif antara keduanya. Ini bukan berarti keduanya mengukur hal yang sama. Singkatnya, identitas sosial dan ikatan emosional adalah dua hal yang berbeda, tetapi saling terkait dalam memahami bagaimana seseorang menjadi pendukung Persib Bandung.

Hubungan Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional secara bersamaan (Simultan) dengan Loyalitas Suporter

Hasil regresi memperlihatkan bahwa secara bersamaan Identitas Sosial serta Keterikatan Emosional berhubungan signifikan dengan loyalitas suporter Persib Bandung, $F(2, 398) = 308{,}580$; $p < 0{,}001$. Dengan $R^2 = 0{,}608$, kedua variabel mampu menerangkan 60,8% variasi skor loyalitas suporter pada model ini, sedangkan 39,2% selebihnya berhubungan dengan faktor berbeda di luar model.

Dari temuan tersebut, loyalitas suporter dapat dipahami melalui dua unsur yang saling terkait: tingkat seseorang merasa menjadi bagian dari kelompok, memberi rasa aman dan semangat saat menghadapi tantangan, dan seberapa terikat ia secara emosional pada tim yang didukungnya. Identitas Sosial berbicara tentang cara seseorang melihat dirinya sebagai bagian dari Bobotoh, sedangkan Keterikatan Emosional berbicara tentang pertalian afektifnya dengan Persib Bandung. Keduanya memberi perspektif yang tidak sama dalam memahami loyalitas suporter. Identifikasi kelompok bersangkut paut dengan arti keanggotaan dan rasa memiliki, adapun keterikatan emosional bersangkut paut dengan perasaan seseorang terhadap tim.

identitas sosial menjelaskan 32,6 persen dari variasi kesetiaan suporter dalam model ini. Sementara itu, ikatan emosional menjelaskan 28,2 persen. Dari angka-angka ini terlihat bahwa Identitas Sosial memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan Keterikatan Emosional. Namun, perbedaan ini bukan berarti satu variabel dapat sepenuhnya menggantikan yang lain. Identitas sosial dan ikatan perasaan tetap memberi informasi yang saling melengkapi. Keduanya krusial untuk memahami loyalitas Bobotoh kepada Persib Bandung.

Kajian dari (Kural & Özbek, 2023) selaras dengan hasil ini. Mereka menyoroti betapa pentingnya identitas sosial dan kesetiaan pada tim untuk memahami bagaimana pendukung sepak bola berperilaku. Lalu, (Ladhari et al., 2022) juga menemukan perkara sejenis. Menurut mereka, ikatan emosional dengan merek tim olahraga berhubungan erat dengan loyalitas. Dari kedua kajian itu, bisa dilihat bahwa Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional memang perlu diteliti bersama-sama supaya kita paham loyalitas para suporter klub Persib Bandung. Namun, studi ini memakai rancangan korelasional dan cross-sectional. Karena itu, hasilnya hanya menunjukkan adanya keterkaitan antarvariabel. Hasil ini belum bisa dipakai untuk menyimpulkan sebab-akibat.

5. Simpulan

Dari 401 responden Bobotoh Persib Bandung, ditemukan bahwa Identitas Sosial berasosiasi positif secara signifikan dengan loyalitas suporter. Koefisien korelasi sebesar $r = 0{,}712$ dengan angka $p < 0{,}001$ menunjukkan hubungan yang kuat dan bukan kebetulan. Begitu juga dengan Kelekatan Emosional, yang juga mengindikasikan hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas suporter. Nilainya sebesar $r = 0{,}693$ dengan $p < 0{,}001$. Kedua variabel ini, Identitas Sosial dan Kelekatan Emosional, juga memiliki keterkaitan positif serta signifikan satu dengan yang lain. Koefisien korelasi keduanya bernilai sebesar $r = 0{,}626$ dengan $p < 0{,}001$, yang menunjukkan bahwa Semakin kokoh identitas sosial, semakin erat ikatan emosional yang dirasakan, dan kedua faktor itu mendorong loyalitas pada tingkat lebih tinggi. Identitas Sosial dan Keterikatan Emosional kalau digabung punya hubungan yang lumayan kuat dengan loyalitas suporter, $F(2, 398) = 308{,}580$; $p < 0{,}001$. Angka R^2 0,608 artinya kedua hal ini bareng-bareng bisa menjelaskan 60,8% variasi skor kesetiaan pendukung di model ini. Sumbangan nyata dari Identitas Sosial sekitar 32,6%, sedangkan Keterikatan Emosional sekitar 28,2%. Jadi Temuan ini menunjukkan bahwa rasa jadi bagian dari komunitas pendukung dan ikatan emosi ke klub sama-sama penting untuk memahami loyalitas Bobotoh.

Kajian ini memberi gambaran yang cukup dalam soal loyalitas pendukung. Caranya dengan melihat Identitas Sosial dan Ikatan Emosional sekaligus. Tapi, ada beberapa hal yang jadi batasan. Misalnya, pemilihan Sampel dipilih menggunakan purposive sampling.. Data juga dikumpulkan lewat daring. Lalu, desainnya cross-sectional, sehingga tak dapat digunakan untuk menarik kesimpulan sebab-akibat. Tingkat loyalitas yang tinggi di antara mayoritas responden survei perlu dibaca dengan hati-hati. Sebab, ciri-ciri sampelnya belum benar-benar mewakili seluruh populasi Bobotoh. Untuk riset selanjutnya, sebaiknya gunakan metode pemilihan sampel yang lebih beragam. Masukkan juga aspek psikologis lain. Lalu, terapkan rancangan longitudinal. Dengan begitu, dinamika loyalitas pendukung bisa dikaji lebih menyeluruh.

6. Daftar Pustaka

Bola.com. (2025). Efek prestasi dan kualitas, penjualan jersey Persib musim ini melejit. *Bola.com*. https://www.bola.com/indonesia/read/6247118/efek-prestasi-dan-kualitas-penjualan-jersey-persib-musim-ini-melejit

Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *1*(3), 185–216.

Destian, A. (2025). *Pembentukan identitas sosial Bobotoh Persib Bandung melalui keterlibatan sosial dan politik* [Universitas Pendidikan Indonesia]. https://repository.upi.edu/138957/

Dwyer, B., Mudrick, M., Greenhalgh, G. P., LeCrom, C. W., & Drayer, J. (2015). The tie that blinds? Developing and validating a scale to measure emotional attachment to a sport team. *Sport Management Review*, *18*(4), 570–582. https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.01.001

Hadi, A. (2017). "Bobotoh Persib" dan konstruksi identitas di era digital. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, *19*(1), 131–152. https://doi.org/10.14203/jmb.v19i1.434

Jauhary, Z. A. S. H., & Akbar, R. F. (2026). The relationship between social identity and individual involvement in the community toward a sense of community: My Day Indonesia at the Day6 Forever Young 2025 Jakarta concert. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, *7*(1), 29–42. https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v7i1.3317

Junaedi, & Williyanto, S. (2025). *Makna Loyalitas dalam Identitas Suporter: Studi Kualitatif pada Suporter Persib Bandung* [Universitas Pendidikan Indonesia]. https://repository.upi.edu/147716/

Juniarsih, Q. A., Lise, C., & Iin, H. (2015). *Peningkatan Retensi Belajar Materi Klasifikasi Makhluk Hidup Melalui Penerapan Discovery Learning*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi Kapadia.

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*, *13*(6), 685–703. https://doi.org/10.1108/SBM-08-2022-0069

Ladhari, R., Cheikhrouhou, S., Morales, M., & Zaaboub, E. (2022). Antecedents and consequences of emotional attachment to sport teams brands. *Journal of Brand Management*, *29*(5), 454–469. https://doi.org/10.1057/s41262-022-00285-7

Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. John Wiley & Sons.

Mahony, D. F., Madrigal, R., & Howard, D. R. (2000). Using the psychological commitment to team (PCT) scale to segment sport consumers based on loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, *9*(1), 15–25.

Nugraha, N., & Jaya, R. C. (2024). Pengaruh fanatisme supporter, kualitas pelayanan, dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian produk official merchandise Persib Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *5*(4), 914–928. https://doi.org/10.47747/jismab.v5i4.2447

Nurfadilah, & Nuradina, K. (2025). Hubungan fanatisme dan kematangan emosi dengan perilaku agresi pada suporter Persib Bandung (Viking). *Indonesian Research Journal on Education*, *5*(4), 624–632. https://doi.org/10.31004/irje.v5i4.3089

Poedjadi, M. R., Tawaqal, R. S., Putra, D. S., Nur Rohman, S. L. S., & Ramdan, A. T. M. (2024). Analisis word of mouth (WOM) sebagai strategi branding. *Journal of Digital*

Communication Science, *2*(1), 57–70. https://doi.org/10.56956/jdcs.v2i1.290

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.