

Solidaritas dan Transaksi Ekonomi dalam Komunitas Suporter Persis Solo

Solidarity and Economic Transactions within the Persis Solo Supporters' Community

***Ronald Tri Pamungkas¹, Danang Purwanto², Riadi Syafutra Siregar³**

¹⁻³*Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta*

Email: ronaldtripamungkas9@student.uns.ac.id

Abstract

Football is more than just a game on the field; it also involves social and economic aspects, especially among fans. This research examines the 'away days' phenomenon with Persis Solo football club supporters, where some fans sell or pawn belongings to fund their travel. Using qualitative methods and a case study approach, this study gathered data through interviews and observations with seven selected informants in Solo City. The study reveals that Persis Solo supporters' activities go beyond just supporting their team; they also engage in economic transactions. When it comes to *away days*, supporters' decisions to sell or pawn items are more about helping and making *away days* successful than needing those items. These transactions during *away days* are based on trust and involve strong social connections among the supporters.

Keywords: *Football, Supporter, Away days, Persis Solo*

Abstrak

Sepak bola tidak hanya terbatas pada permainan di lapangan, tetapi juga melibatkan fenomena sosial-ekonomi, terutama di kalangan suporter. Penelitian ini mengkaji fenomena *away days* yang terjadi di antara suporter klub sepak bola Persis Solo. Di dalam fenomena ini, beberapa suporter terlibat dalam penjualan dan gadai barang untuk membiayai perjalanan mereka. Dengan menggunakan metodologi kualitatif dan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dari tujuh informan yang dipilih secara *purposive sampling* di Kota Solo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas suporter Persis Solo melampaui dukungan tim biasa, merambah ke dalam transaksi ekonomi. Saat *away days*, keputusan suporter untuk membeli atau menggadaikan barang lebih didorong oleh keinginan untuk membantu dan menyukseskan *away days*, daripada oleh kebutuhan atas barang itu sendiri. Transaksi yang terjadi dalam konteks *away days* ini berakar pada rasa kepercayaan dan melibatkan jaringan sosial yang kuat di antara suporter.

Kata Kunci: *Sepakbola, Supporter, Away days, Persis Solo*

A. Pendahuluan

Sepak bola, lebih dari sekadar permainan sederhana yang ditujukan untuk mencetak gol dan meraih kemenangan, telah menjadi fenomena sosial yang mendalam, menarik minat berbagai lapisan masyarakat (Orkananda and Poerbaningrat 2020) (Dyah Niatami, Luga, and Rachmawati 2020). Uniknya,

sepak bola sering kali diibaratkan sebagai teater, di mana para suporter berperan sebagai audiens yang penting, menciptakan fenomena khusus dalam dunia sepak bola (Assyaumin, Yunus, and Raharjo 2017).

Suporter terbentuk karena adanya ikatan batin, persamaan norma, dan struktural yang jelas. Suporter mempunyai dua sisi yaitu gelap menjadi “lawan” ketika timnya kalah dan terang menjadi “kawan” ketika timnya menang (Dyah Niatami et al. 2020). Suporter sepak bola tidak bisa lepas dari fanatismenya. Fanatik berarti sikap berlebihan dengan penuh semangat pada suatu pandangan (Prakoso and Masykur 2013). Persib Solo yang berasal dari Kota Solo mempunyai suporter yang fanatik diantaranya Pasoepati, Ultras 1923, Garis Keras 1923, B6 Surakartans, dan B8.

Fanatisme di kalangan suporter Persib Solo sering kali diwujudkan melalui “*away days*”, suatu bentuk dedikasi yang menunjukkan kecintaan mereka terhadap tim. Biaya yang dikeluarkan suporter untuk mengikuti tim mereka ke luar kota berdampak pada kehidupan pribadi dan keluarga, namun tidak terkait dengan penerimaan material. Mendukung tim saat pertandingan tandang menjadi ukuran loyalitas suporter, yang lebih didorong oleh cinta dan niat daripada aspek material. Penelitian Rijal (2023) menemukan bahwa fenomena *away days* juga terjadi di kalangan suporter PSM Makassar, yang didorong oleh cinta dan nilai “*siri na pace*”. Nilai ini menawarkan perspektif non-material, mencakup kesatuan hati, harga diri, identitas, dan sebagai pendorong perdamaian. Hal serupa dilakukan oleh suporter Persib Bandung, Viking Persib Club, yang mengorbankan waktu dan sumber daya pribadi untuk *away days*, baik bagi pekerja maupun pelajar. Rizki Pangesti (2019) menemukan bahwa beberapa suporter bahkan rela menjual barang pribadi untuk mendukung tim di luar kota, tanpa mempertimbangkan risiko. Suporter yang melakukan *away days* menginvestasikan waktu, tenaga, pikiran, dan biaya, sering kali memerlukan dana tambahan dan mengambil langkah seperti menjual atau menggadaikan barang untuk membiayai perjalanan mereka.

Di kalangan suporter Persis Solo, terdapat kelompok-kelompok yang memfasilitasi jual beli atau gadai barang, seperti @wetannyawiji.collective, @PasarTelulikulur, dan Samudra Finance. Dari literatur yang tersedia, dapat disimpulkan bahwa *away days* para suporter lebih berlandaskan pada loyalitas dan totalitas daripada kepentingan material. Namun, terdapat perbedaan signifikan antara suporter PSM Makassar dan Persib Bandung dengan suporter Persis Solo, di mana yang terakhir ini menunjukkan adanya transaksi ekonomi seperti jual beli dan gadai. Permasalahan yang muncul adalah bahwa pembeli atau penggadai sering kali tidak benar-benar memerlukan barang yang dibeli atau digadaikan, namun tetap bersedia melakukannya.

Tujuan kajian ini adalah untuk mengeksplorasi fenomena sosial ekonomi pada suporter Persis Solo yang bersedia membeli dan menggadai barang meskipun tidak membutuhkannya dalam konteks *away days*. Kajian ini penting karena suporter merupakan kelompok massa dengan mobilitas tinggi, dan dinamika dalam kelompok ini menciptakan potensi ekonomi yang besar. Mobilitas dan dinamika ini menjadikan suporter memiliki potensi untuk membentuk wadah jual beli yang terkait. Untuk analisis lebih dalam, kajian ini mengadopsi perspektif keterlekatan dari Granovetter. Keterlekatan ini akan digunakan untuk menginterpretasikan transaksi ekonomi di kalangan suporter Persis Solo, memahami bagaimana keterikatan sosial dan loyalitas terhadap tim mempengaruhi keputusan ekonomi mereka.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus intrinsik untuk memahami motif suporter Persis Solo yang membeli dan menggadai barang untuk *away days*, meskipun tidak memerlukannya. Metode ini dipilih untuk mendalaminya secara khusus dan unik, seperti yang dijelaskan oleh Denzin, Norman K., dan Lincoln (2009). Lokasi penelitian adalah Kota Solo, basis dari Persis Solo. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan tujuh suporter dari tiga kelompok pendukung Persis Solo, melibatkan anggota Ultras 1923, Pasoepati, dan Surakartans. Data sekunder dikumpulkan dari media online

seperti Twitter, Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Pemilihan informan menggunakan purposive sampling berdasarkan keterlibatan mereka dalam jual beli dan gadai barang untuk *away days*. Analisis data dilakukan dengan teknik Miles & Huberman (2014), mencakup pengumpulan, reduksi, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Proses reduksi data melibatkan observasi di media sosial dan wawancara mendalam, untuk memfokuskan pada masalah utama penelitian. Penyajian data dan penarikan kesimpulan dilakukan untuk memastikan validitas dan keandalan hasil penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hubungan dalam Suporter Persis Solo

Dalam organisasi suporter sepak bola, komunikasi memegang peranan penting. Seperti yang dijelaskan oleh Abdurrohman (2018), komunikasi organisasi meliputi pengiriman dan penerimaan pesan baik secara formal maupun informal. Komunikasi formal umumnya bertujuan untuk kepentingan organisasi, sementara komunikasi informal lebih berfokus pada interaksi anggota secara individual. Dalam konteks suporter Persis Solo, terdapat komunikasi internal dalam kelompok serta komunikasi eksternal dengan pihak luar.

Komunikasi internal di suporter Persis Solo termanifestasi melalui forum resmi sebagai platform untuk interaksi antar suporter. Mulyana (2000) menekankan bahwa komunikasi dalam organisasi mencakup pertukaran pesan antar anggota. Forum ini beroperasi di berbagai tingkatan organisasi, mulai dari pusat hingga komunitas kecil. Forum ini tidak hanya sebagai tempat interaksi, tetapi juga untuk menyampaikan dan menerima pesan yang relevan dengan kelompok. Selain itu, forum tersebut berperan sebagai sarana untuk membentuk gerakan dan pertukaran ide. Azari dan Wirdanengsih (2022) menambahkan bahwa interaksi ini membina relasi kuat dan solidaritas, yang sangat penting dalam komunitas suporter.

Suporter Persis Solo membangun hubungan eksternal yang signifikan, yang melampaui batas-batas formal organisasi mereka. Dalam proses ini,

suporter Persis Solo menjalin pertemanan yang tidak hanya terbatas pada lingkup internal mereka, tetapi juga menembus batas organisasi, menghasilkan jaringan sosial yang kuat dan inklusif. Mitchell (1969) mendefinisikan jaringan sosial sebagai kumpulan hubungan unik antara individu yang secara kolektif mempengaruhi perilaku sosial mereka. Dalam konteks suporter Persis Solo, jaringan ini dibangun atas dasar kepercayaan (trust), yang berkembang dari interaksi yang berulang dan konsisten. Kepercayaan ini tidak hanya memperkuat ikatan sosial di antara mereka, tetapi juga menjadi dasar penting dalam kegiatan ekonomi kelompok, termasuk dalam transaksi jual beli barang yang berkaitan dengan *away days*. Ini menunjukkan bahwa di balik aktivitas ekonomi tersebut, ada nilai-nilai sosial yang mendalam yang mengikat anggota kelompok.

2. Proses Transaksi Ekonomi dalam Kelompok Suporter Persis Solo

Fanatisme suporter sepak bola sering kali diwujudkan melalui kegiatan *away days*, yaitu mendukung tim saat bertanding di kandang lawan. Kegiatan ini menuntut komitmen yang signifikan dari suporter, termasuk biaya, waktu, tenaga, dan pikiran. Suporter Persis Solo, contohnya, rela menjual atau menggadai barang-barang pribadi mereka untuk mengikuti *away days*. Fenomena serupa terjadi di kalangan suporter Persib Bandung, seperti yang diungkap oleh Rizki Pangesti (2019), di mana suporter mengorbankan barang-barang kesayangan demi mendukung tim mereka, tanpa mempertimbangkan risiko atau pengorbanan waktu yang diperlukan, baik untuk mereka yang bekerja maupun yang masih bersekolah. Dalam konteks suporter Persis Solo, hasil penjualan atau gadai barang ini biasanya digunakan untuk membiayai akomodasi atau sekadar menambah uang saku selama perjalanan *away days*. Barang-barang yang dijual meliputi jersey, syal, kaos, jaket, sepatu, dan lain-lain.

Salah satu suporter Persis Solo, YT, dalam wawancara pada 17 Oktober 2023, menjelaskan, “...nggeh kagem berangkat *away mas*. Ya, kebutuhan opo wi bayar akomodasi misal Korwil membuka *away* dan mungkin buat jaga-jaga uang disana.” Ini menunjukkan penggunaan hasil penjualan untuk biaya spesifik seperti akomodasi. AW, suporter lain, dalam wawancara pada 24 Oktober 2023,

menambahkan, "...tapi biasane yang membutuhkan rodok banyak dana itu kan away. Ya, walaupun yang dijual gabisa nutup semuanya tapi kan minimal iso nggo tambah sangu minimal kan gitu. Entah itu jual jersey, jual scarft, ya ada mungkin sing aneh-aneh jual buttom stick. Macem-macem lah pokoe, yo nggo away nduene barang opo di dol sek itu kan banyak." Ini menegaskan bahwa meskipun penjualan tidak selalu menutupi seluruh biaya, namun memberikan kontribusi signifikan terhadap kebutuhan finansial untuk *away days*.

Dalam proses transaksi yang berkaitan dengan *away days*, sebagian besar suporter Persis Solo memanfaatkan media sosial untuk menjual barang seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Twitter. Hal ini dilakukan karena penggunaan media sosial dalam jual beli akan mempermudah seseorang untuk memperoleh informasi tentang produk dari jarak jauh sehingga memudahkan proses transaksi (Maria and Widayati 2020). Suporter menjual melalui media sosial ini akan memudahkan orang lain untuk menerima informasi penjual. Penerimaan informasi ini dipercepat ketika para suporter memanfaatkan jaringan sosial yang dipunyai untuk ikut menyebarkan informasi barang yang dijual. Namun penggunaan media sosial juga disadari memiliki kerentanan untuk disalahgunakan sehingga bisa memunculkan sebuah penipuan tidak bertanggung jawab dan menimbulkan kerugian.

Rentannya penipuan transaksi di media sosial ini bisa diatasi dengan sistem COD atau *cash on delivery* yaitu bertemunya secara langsung penjual dan pembeli dengan kesepakatan bersama (Hismendi 2016). Dalam praktiknya Cash on delivery dianggap memiliki kredibilitas tersendiri antar aktor ekonomi yaitu kekeliruan menjadi tanggung jawab masing-masing. Untuk meminimalisir terkait adanya penipuan suporter sebagai aktor ekonomi juga memanfaatkan cash on delivery dengan kesepakatan bersama, karena dengan cash on delivery juga memudahkan pembeli untuk melihat barangnya seperti apa

Selain transaksi jual beli, suporter Persis Solo juga mengadopsi model transaksi gadai sebagai bagian dari aktivitas ekonomi mereka. Samudra Finance, yang merupakan inisiatif yang dikembangkan oleh individu dari suporter Persis Solo, menawarkan layanan gadai tanpa bunga. Inisiatif ini mencerminkan

kecenderungan komunitas untuk menciptakan solusi ekonomi yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilainya.

Dalam skema gadai yang dijalankan oleh Samudra Finance, ijazah akademis digunakan sebagai jaminan atau bukti kredit. Nilai gadai ditetapkan berdasarkan tingkat pendidikan: Rp 100.000 untuk ijazah SD, Rp 200.000 untuk SMP, dan Rp 300.000 untuk SMA. Pemilihan ijazah sebagai jaminan menunjukkan adaptasi praktik gadai dengan sumber daya yang dimiliki oleh anggota komunitas. Meskipun tidak menerapkan bunga, Samudra Finance menetapkan denda keterlambatan sebesar 10% dengan periode pinjaman yang ditentukan selama satu bulan. Penerapan denda ini bertujuan untuk memastikan kedisiplinan dan keteraturan dalam pembayaran, sekaligus menjaga keberlanjutan praktik gadai ini dalam komunitas. Denda ini juga mencerminkan pengakuan terhadap pentingnya menjaga keadilan dan tanggung jawab dalam transaksi ekonomi di antara anggota komunitas.

Inisiatif seperti Samudra Finance menunjukkan bagaimana suporter Persis Solo tidak hanya berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung tim mereka, tetapi juga mengembangkan mekanisme ekonomi sendiri yang mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan anggotanya. Ini menunjukkan tingkat organisasi dan solidaritas yang tinggi di antara suporter, yang tidak hanya terbatas pada dukungan tim, tetapi juga meliputi dukungan ekonomi dan sosial di antara anggota mereka.

3. Analisis dengan Teori Keterlekatan

Menurut teori keterlekatan Granovetter, yang dijelaskan oleh Damsar (2018), tindakan ekonomi bukan hanya transaksi material tetapi juga terintegrasi dalam konteks sosial dan jaringan sosial individu. Dalam konteks suporter Persis Solo, keterlekatan ini memainkan peran kunci dalam aktivitas ekonomi mereka. Dalam transaksi ekonomi antar suporter Persis Solo, ikatan yang terjalin tidak hanya berdasar pada transaksi jual beli tetapi juga pada kesatuan dan solidaritas dalam kelompok. Suporter Persis Solo, yang saling terikat dalam satu kelompok, saling membantu, terutama dalam konteks biaya *away days*. Ini mencerminkan sinergi dan solidaritas yang kuat, mirip dengan dinamika yang ditemukan dalam

Persatuan Saudagar Bawean yang disebutkan oleh Hajar (2018), di mana asal-usul dan kesamaan memperkuat ikatan di antara anggotanya.

Suporter Persis Solo menggunakan media sosial untuk saling membantu dalam penjualan barang. YT, dalam wawancara pada 17 Oktober 2023, menjelaskan bagaimana suporter lain membantu dengan membagikan informasi penjualan di media sosial mereka. Hal ini paralel dengan dinamika di pasar Kotagede, di mana pedagang saling membantu menjual barang dagangan orang lain sebagai bentuk solidaritas (Putri and Hidayah 2019). Ini menunjukkan bahwa dalam suporter Persis Solo, ada kecenderungan untuk memanfaatkan jaringan sosial untuk mendukung anggota lain, baik melalui penyebaran informasi maupun pembelian langsung.

Aktor ekonomi dalam suporter Persis Solo sering kali tidak menawar harga yang ditetapkan oleh penjual. Hal ini berbeda dengan praktik umum di pasar, di mana tawar-menawar adalah bagian dari proses negosiasi harga (Erlina, Alfitri, and Yanti 2019). Dalam kasus suporter Persis Solo, pembeli sering kali menerima harga yang ditawarkan tanpa negosiasi, menunjukkan solidaritas yang lebih mendalam daripada kepentingan ekonomi pribadi.

Ketika suporter menjual barang, sering kali mereka tidak mengutamakan keuntungan, tetapi lebih pada mendukung *away days*. Ini menunjukkan bahwa motivasi mereka bukan keuntungan finansial, tetapi lebih pada dukungan terhadap tim dan komunitas mereka. Hal ini berbeda dengan prinsip ekonomi konvensional yang menekankan keuntungan individu atau *self-interest*, seperti yang dijelaskan oleh Erlina et al. (2019). Dalam penetapan harga, suporter Persis Solo sering kali mempertimbangkan siapa pembeli dan hubungan sosial yang ada dengan mereka. Hal ini sesuai dengan temuan Arsita, Zuber, dan Demartoto (2020) yang menyatakan bahwa jaringan sosial dapat mempengaruhi penetapan harga. Suporter Persis Solo cenderung menyesuaikan harga berdasarkan hubungan sosial mereka dengan pembeli, menunjukkan bahwa transaksi ekonomi mereka tidak hanya didorong oleh pertimbangan finansial, tetapi juga oleh keterlekatan sosial dan solidaritas di dalam kelompok.

Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks suporter Persis Solo, aktivitas ekonomi tidak hanya dipandu oleh logika pasar atau keuntungan individu. Sebaliknya, transaksi ekonomi sangat terkait dengan jaringan sosial dan solidaritas dalam kelompok. Keputusan untuk membantu sesama anggota melalui penjualan barang atau pembelian barang dari anggota lainnya adalah manifestasi dari keterlekatan sosial yang kuat di dalam kelompok. Dalam konteks ini, suporter Persis Solo tidak hanya terikat oleh kesamaan minat dalam olahraga tetapi juga oleh keterlekatan sosial yang mempengaruhi keputusan ekonomi mereka. Ini menunjukkan bahwa dalam kelompok suporter ini, keterlekatan sosial memainkan peran penting dalam membentuk dan mempertahankan solidaritas kelompok, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku ekonomi mereka.

D. Penutup

Studi ini mengeksplorasi fenomena sosial dan ekonomi yang terjadi di kalangan suporter Persis Solo, khususnya terkait dengan aktivitas *away days*. Kajian ini menunjukkan bahwa fanatisme suporter Persis Solo bukan hanya termanifestasi dalam bentuk dukungan tim di pertandingan tandang, tetapi juga melalui transaksi ekonomi yang unik seperti jual beli dan gadai barang. Perilaku ini tidak selalu didorong oleh kebutuhan material, melainkan oleh solidaritas dan keterlekatan sosial dalam kelompok. Hal ini tercermin dalam cara mereka menggunakan media sosial untuk menjual barang, di mana jaringan sosial diaktifkan untuk mendukung anggota lainnya, baik dalam penyebaran informasi penjualan maupun dalam pembelian langsung. Keputusan pembelian barang oleh suporter sering kali didasarkan pada keinginan untuk mendukung sesama anggota, bukan pada nilai intrinsik barang tersebut. Dalam konteks ini, aktivitas ekonomi suporter Persis Solo yang berkaitan dengan *away days* tidak hanya dipandu oleh logika pasar atau keuntungan individu. Sebaliknya, transaksi ekonomi sangat terkait dengan jaringan sosial dan solidaritas dalam kelompok. Ini menunjukkan bahwa keterlekatan sosial memainkan peran

penting dalam membentuk dan mempertahankan solidaritas kelompok, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku ekonomi mereka.

Daftar Pustaka

- Abdurrohman, Addin Hanifa. 2018. "Pola Komunikasi Pada Komunitas Campus Bois 1923." Universitas Sebelas Maret.
- Arsita, Meita, Ahmad Zuber, and Argyo Demartoto. 2020. "The Social Embeddedness of MSMEs Goyor Woven Sarong in Sambirembe Village, Kalijambe, Sragen." *Society* 8(2):359-71. doi: 10.33019/society.v8i2.198.
- Assyaumin, Moch Ian Brilian, Mahmud Yunus, and Slamet Raharjo. 2017. "Fanatisme Suporter Sepakbola Ditinjau Dari Aspek Sosio-Antropologis (Studi Kasus Aremania Malang)." *Jurnal Sport Science* 7(1):42-57.
- Azari, Melisa, and Wirdanengsih Wirdanengsih. 2022. "Jaringan Sosial Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi Di Kawasan Jembatan Siti Nurbaya." *Jurnal Perspektif* 5(3):404-12. doi: 10.24036/perspektif.v5i3.666.
- Damsar, Indrayani. 2018. *PENGANTAR SOSIOLOGI EKONOMI*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. 2009. *Handbook Of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dyah Niatami, Silviyana, Noyanta Luga, and Oky Rachmawati. 2020. "Analisis Program Integrated Communication Komunitas Brigata Curva Sud (BCS) Dalam Membentuk Kesadaran Suporter Sepak Bola PSS Sleman." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 4(2):109-17.
- Erlina, Alfitri, and Mery Yanti. 2019. "Keterlaksanaan Perilaku Ekonomi Dalam Hubungan Sosial Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Palembang Square Mall." *Jurnal Media Sosiologi Bidang Ilmu Sosial* 22(1):67-76.
- Hajar, Nisaul Azmi. 2018. "Studi Fenomenologi Keterlekatan Komunitas Persatuan Saudagar Bawean (PSB) Dalam Bidang Ekonomi Dan Sosial Di Kota Malang." *Jurnal Analisa Sosiologi* 56-69.
- Hismendi. 2016. "E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 15(1):39-48.
- Maria, Nugroho Sumarjiyanto Benedictus, and Tri Widayati. 2020. "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi." *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 6(2):234-39. doi: 10.31289/jkbn.v6i2.3801.

- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. 2014. "Analisis Data Kualitatif."
- Mitchell, J. Clyde. 1969. *The Concept and Use of Social Networks*. Indianapolis.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Orkananda, Kevin, and Raden Muhammad Bathara Poerbaningrat. 2020. "Konsep Diri Suporter Sepak Bola Perempuan PSS Sleman." *Jurnal Audiens* 1(1). doi: 10.18196/ja.1108.
- Prakoso, Bayu Agung, and Achmad Mujab Masykur. 2013. "FANATISME SUPORTER SEPAKBOLA PERSIJA JAKARTA." Universitas Diponegoro.
- Putri, Oni, and Nur Hidayah. 2019. "Keterlekatan Sosial Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pada Paguyuban 'Margo Mulyo' Pasar Kotagede Yogyakarta)." *E-Societas* 8(3):2-14.
- Rijal, Ahmad Saifur. 2023. "Spirit Siri ' Na Pacce : Telaah Makna Biaya Away Day Suporter PSM Makassar Yang Timbul Atas Kecintaan Terhadap Klub." 3:6019-32.
- Rizki Pangesti, Issan. 2019. "Peran Suporter Viking Persib Club Dalam Perkembangan Persib Pada Tahun 1993-2014." Universitas Siliwangi.