

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, E. G., Agustine, N. A. M., Fahma, N. A., Gista, B. R., Rozaqi, M. F. N., & Sabili, R. M. A. (2024). Journal of Indonesian Social Studies Education Suporter Persija Jakarta sebagai Media Strategis Komunikasi Politik di Pilkada Jakarta. *Journal of Indonesian Social Studies Education*, 2(2), 81–87. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JISSE/index>
- Ali, A., & Herdiansyah, M. T. (2025). Analisis Pola Komunikasi Komunitas Hoyoverse Community Pada Whatsapp Grup. *E-Proceeding of Management*, 12(3), 1457–1462.
- Amirudin, Mubina, M. F., & Lathifah, A. (2020). Fanatisme dan Ekspresi Simbolik Suporter Sepak Bola Panser Biru dan SNEX Semarang: Kajian Etnografis. *Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2), 217–226.
- Anggrasari, Y. D., Fadhilah, M., & Kusumaningrum, N. (2024). Pengaruh Perceived Influence Pada Intention To Purchase, Brand Engagement, Brand Expected Value Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(03), 747–758. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.32307>
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–84. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.615>
- Asril, M. F., & Darmansyah, S. S. (2024). Manchester United dan Makna Kesetiaan: Studi Fenomenologi Loyalitas Mahasiswa Penggemar Manchester United. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4(2), 124–138. <https://doi.org/10.20473/medkom.v4i2.52883>
- Chan, A., Medina, F. A., & Tresna, P. W. (2025). Pengaruh Brand Community Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Value sebagai Variabel Intervening (Studi pada Komunitas Skin Game Warrior). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(3), 2031–2042. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i3.4548>
- Creswell, J. W. (2018). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. In *Sage Publication*. Sage Publication Ltd. <https://doi.org/10.1111/1467-9299.00177>
- Dirgantara, P., & Yahya, A. (2022). Efektivitas Penggunaan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Organisasi Di Lingkungan Pegawai Dinas Atr/Bpn Kota Palembang. *Medium*, 10(1), 409–420. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9525](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9525)
- Djuyandi, Y., Siregar, M. M., & Muradi, M. (2021). Peran Suporter Sepakbola Sebagai Kelompok Penekan. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.22437/jisipunja.v5i1.17219>

- Fakhira, P. H., Komariah, S., & Wulandari, P. (2023). *The Indonesian Journal of Social Studies Sociology Of Football: Analisis Konstruksi Konsep Diri Suporter Klub Sepak Bola Melalui Jalinan Solidaritas Sosial*. 6(2), 173–179.
- Hadi, A. (2017). Bobotoh Persib dan konstruksi identitas di era digital. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 19(1), 99–116. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mimbardik/article/view/13951>
- Hana, F. T., Kapitan, J. A., & Mas'Amah, M. (2020). Grup Whatsapp sebagai media memelihara human relations (Studi fenomenologi pada anggota grup Whatsapp TeBe RK). *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1651–1664. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v9i2.2423>
- Harahap, D. handayani, Wahyudi, I., & Wijanako, A. S. (2021). Peran Koordinator dalam Menekan Agresivitas Suporter. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 17–29. <http://www.idezia.com/2017/05/Daftar.Klub.Sepakbola.di.Provinsi.DI.Yogyakarta.html>
- Hastasari, C., & Saraswati, D. A. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 114–128. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Hellyani, C. A., Sin, L. G., & Wahyono, S. A. (2021). Analisis Pengaruh Identitas, Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 145–150. <https://doi.org/10.33366/ref.v9i2.3031>
- Hidayat, A., & Nawa, N. U. (2020). Peran Self-Brand Connection dalam Memediasi Kredibilitas Endorser terhadap Ekuitas Merek pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(1), 59–71. <https://doi.org/10.31842/jurnalnobis.v4i1.166>
- Jailani, M. S., Risnita, & Susanto, D. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management. In *Strategic Brand Management*. Person Education. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Khomsiyah, A., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Loyalitas dan Fanatisme Supporter pada Klub terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Orisinal: Studi pada Supporter Persela Lamongan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 242–257. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.756>
- Kurniawan, J. E., Rahwamati, D. R., & Sriyanto, Y. P. (2023). Pola Komunikasi Pada Chelsea Indonesia Suporter Club (Cisc) Regional Jogja. *Jurnal*

- Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 45–55.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.282>
- Kusuma, A. T. (2017). Kreolisasi dalam Kultur Suporter Sepakbola (Mimikri, Hibriditas dan Glokalisasi Brigata Curva Sud PSS Sleman). *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 117–136.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss2.art2>
- Kusuma, S. W. T. (2023). *Suporter Bola Terbanyak di Indonesia, Ada yang Jumlahnya Diklaim Capai 22 Juta*. Sport.Espos.Id.
<https://sport.espos.id/suporter-bola-terbanyak-di-indonesia-ada-yang-jumlahnya-diklaim-capai-22-juta-1697356>
- Lede, N. L. (2024). *Lima Klub Liga 1 Indonesia dengan Penonton Terbanyak!* Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/hiburan/997729/lima-klub-liga-1-indonesia-dengan-penonton-terbanyak>
- Muhid, A., & Yuwafik, M. H. (2020). Penggunaan Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Remaja Islam Wonorejo Malang. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(2), 217–230.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Mukaromah, S. (2023). *Sejarah Singkat Persija Jakarta*. Viva.Co.Id.
<https://ceritakita.viva.co.id/sejarah/253-sejarah-singkat-persija-jakarta>
- Primanita, R. Y., & Yolanda, W. (2023). Kontribusi fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada Nctzen Indonesia. *Edusociata*, 6(2), 877–885.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33627/es.v6i2.1495>
- Purnomo, H., Rachman, A., Samanlangi, A. I., & Yochanan, E. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Saba Jaya Publisher.
- Putra, A. P. O. A., Syamil, A., & Yufrinalis, M. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Putri, D., Sari, H. H., & Nasution, A. F. (2025). Langkah-Langkah Pengumpulan dan Pengelolaan Data Penelitian Kualitatif di Tk Dahlia Indah. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 137–140.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Qin, Y. S. (2020). Fostering brand–consumer interactions in social media: the role of social media uses and gratifications. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(3), 337–354. <https://doi.org/10.1108/JRIM-08-2019-0138>
- Rahartri. (2019). Media Komunikasi Efektif pada Layanan Jasa Informasi: Studi Kasus di Kawasan Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Puspiptek). *Pustakawan*, 26(2), 109–117.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/download/26848/17220/>
- Rahmawati, A., Santoso, W., & Tutiasri, R. P. (2021). PEMANFAATAN WHATSAPP GRUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI DAERAH

- PEDESAAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 79–92.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.1.79-92>
- tempo.co. (2024). *27 Tahun The Jakmania, Suporter Persija Jakarta Garis Keras*.
Tempo.Co. <https://www.tempo.co/sepakbola/27-tahun-the-jakmania-suporter-persija-jakarta-garis-keras-1184323>
- Viliaus, J., & Matusin, I. O. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Brand Engagement Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1765–1774. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16157>
- Wijayanti, R., & Apriyadi, D. W. (2023). Dinamika Organisasi Pada Komunitas Suporter Bola Persik Mania (Studi Komparasi Komunitas Cyberxtreme dan Militan). *Pendidikan Sosiologi*, 5(1), 39–53.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPSU/article/view/64992%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPSU/article/download/64992/26448>