

## PERAN KOMUNITAS SEPAKBOLA DALAM MENDUKUNG SIKAP FANATISME POSITIF (STUDI KASUS DALAM KOMUNITAS VIKING PERSIB)

M. Fathansa Bintang Negara<sup>1</sup>, Reni Nuraeni<sup>2</sup>, M.si.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

---

### Abstrak

Penelitian ini berjudul “Peran Komunitas Sepakbola dalam Mendukung Sikap Fanatisme Positif (Studi Kasus dalam Komunitas Viking Persib Club)”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui peran komunitas sepakbola dalam menumbuhkan sikap fanatisme positif (Studi Kasus dalam Komunitas Viking Persib) khususnya dari segi usaha kreatif, media komunikasi, dan kegiatan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dalam memenuhi kebutuhan atribut anggotanya, komunitas Viking membentuk divisi fanshop yang berperan memfasilitasi kebutuhan anggota, mewadahi kreativitas anggota, dan mengembangkan sumber daya anggota. Dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi anggota, di samping menggunakan sekretariat untuk berkomunikasi secara langsung, Viking pun membuka akun facebook yaitu Viking Persib dan twitter yaitu @officialvpc. Komunitas Viking pun bekerjasama dengan berbagai media massa lokal seperti STV dan Bobotoh 96,7 FM. Berbagai kegiatan sosial seperti gathering dan bakti sosial Viking berperan dalam menjaga kebersamaan anggota dan solidaritas terhadap masyarakat. Seluruh hal tersebut yang diyakini membangun fanatisme positif Viking Persib selama ini. Kata Kunci: komunitas, fanatisme positif, Viking Persib.

---



Telkom  
University

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sepak bola merupakan olahraga yang paling populer di dunia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) menyatakan bahwa sepak bola adalah olahraga paling populer yang dimainkan ([www.most-popular.net](http://www.most-popular.net)). Survei tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 240 juta orang bermain sepak bola di lebih dari 200 negara, di hampir setiap bagian dari dunia. Begitu pun halnya di Indonesia, Sepakbola menduduki urutan olahraga yang paling populer di negeri ini. Oleh sebab itu, tak heran jika sepakbola selalu menyedot banyak perhatian masyarakat. Seperti tergambar dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Enam Cabang Olahraga Terpopuler di Indonesia**

No.	Cabang Olahraga
1.	Sepak bola
2.	Bulu tangkis
3.	Bola Voli
4.	Futsal
5.	Basket
6.	Tenis

(sumber: okeemedia.com)

Tidak terbatas pada olahraga terpopuler, sepak bola juga sudah seperti sebuah agama untuk para pecintanya. Sepakbola dapat



memecah tetapi sekaligus mempersatukan kelompok, suku, bahkan bangsa. Berdasarkan penelusuran sebuah Firma *Sport Marketing* yang berbasis di Inggris, *Initiative Futures Sport and Entertainment*, suporter sepakbola di Indonesia termasuk kelompok suporter fanatik di dunia. Berdasarkan daftar yang telah dirilis sejak tahun 2012, Indonesia masuk dalam urutan tiga besar di dunia setelah Inggris dan Argentina.

**Tabel 1.2**

**Sepuluh Suporter Terfanatik di Dunia**

No.	Negara
1.	Inggris
2.	Argentina
3.	Indonesia
4.	Brazil
5.	Italia
6.	Mexico
7.	Belanda
8.	Spanyol
9.	Jepang
10.	Jerman

(sumber: [www.beritajatim.com](http://www.beritajatim.com))

Salah satu kelompok suporter di Indonesia adalah Viking Persib *Club* (yang selanjutnya disebut Viking). Viking sendiri adalah kelompok terbesar bobotoh (pendukung) Persib yang dikenal juga sebagai salah satu kelompok pendukung klub sepakbola terbesar di tanah air dengan tradisi sepabola yang kuat. Bobotoh adalah sebutan untuk pendukung sepakbola yang diambil dari bahasa Sunda.

Menurut ketua Viking, Heru Djoko, “Tercatat hingga kini anggota Viking yang memiliki kartu keanggotaan saja telah lebih dari 200.000 jiwa ([www.detikbandung.co.id](http://www.detikbandung.co.id))”. Hal tersebut tidaklah mengherankan, pasalnya pada masa silam bobotoh Persib juga telah menunjukkan rasa fanatiknya. Hal tersebut ditunjukkan dengan menciptakan rekor jumlah penonton terbanyak sepanjang sejarah sepak bola Indonesia. Tepatnya, pada final Perserikatan 1986, 150 ribu bobotoh membirukan Stadion Gelora Bung Karno (GBK).

Tidak hanya pada saat itu, 120 ribu bobotoh Persib kembali memadati GBK pada tahun 1995 saat Persib bertemu Petrokimia. Sejak didirikan pada tahun 1933 Persib sampai saat ini telah menjuarai liga perserikatan sebanyak 5 kali dan menjadi *runner-up* sebanyak 8 kali. Tentu seluruh prestasi tersebut sulit tercipta tanpa dukungan bobotoh. Salah satu pengakuan pun datang dari Glen Sugita yang juga sebagai Presiden Direktur PT Persib Bandung Bermartabat (PBB), “Kami tidak ada apa-apanya tanpa mereka” ([www.sindonews.com](http://www.sindonews.com)). Oleh sebab itu, tak heran jika Viking diakui sebagai salah suporter terfanatik di Indonesia. Hal tersebut seperti diungkapkan dalam tabel di berikut ini.

**Tabel 1.3 (Lima Suporter Terfanatik di Indonesia)**

No.	Nama Suporter	Klub
1.	Viking	Persib
2.	Bonek	Persebaya
3.	Aremania	Arema
4.	Jakmania	Persija
5.	Macz Man	PSM Makasar

(sumber: [www.bola.net](http://www.bola.net))

Menurut Syafii, fanatisme dipandang sebagai bentuk solidaritas terhadap orang-orang yang sefaham dan tidak menyukai kepada orang yang berbeda. Ketidaksukaan itu tidak berdasar argumen logis, tetapi sekedar tidak suka kepada apa yang tidak disukai (*dislike of the unlike*) (Syafii, 2008 dalam website: [www.wikimu.com](http://www.wikimu.com)). Sikap fanatik anggota Viking terbilang memiliki bentuk yang beragam. Beberapa memang berujung pada perseteruan dan kerusuhan, bahkan dengan komunitas suporter lain. Seperti perseteruan Viking dengan ‘musuh bebuyutannya’ yakni Jakmania yang tak lain adalah pendukung fanatis Persija. Hampir setiap dua komunitas ini bertemu berujung pada tindak kekerasan, bahkan korban jiwa. Berbagai upaya untuk mendamaikan kedua komunitas ini pun sampai saat ini masih menemui jalan buntu.

Di sisi lain, sikap fanatik Viking juga mendorong anggotanya untuk semakin peduli terhadap Persib. Misalnya saja pada tahun 2009 saat ditegaskannya aturan bahwa klub sepak bola dilarang menggunakan dana APBD. Hal tersebut berdampak pada kekuatan finansial Persib yang labil dan terancam tidak dapat mengikuti kompetisi. Melihat kondisi seperti itu, Viking pun tak tinggal diam. Viking melalui beberapa pengurusnya memelopori pembuatan program kartu keanggotaan baru yang sebagian besar dananya akan disumbangkan ke kas Persib. Viking menargetkan dana sekitar Rp600 juta dapat dikumpulkan. Menurut Mulyana ([www.okezonenews.com](http://www.okezonenews.com)) yang juga koordinator program tersebut, “Kami pun akan segera buka nomor rekening yang khusus diperuntukan bagi bobotoh yang ingin menyumbang sejumlah dana buat Persib. Harapan terbesar kami, Persib harus tetap berkompetisi sekalipun dengan anggaran pas-pasan”.

Selain masif menggalang dana untuk Persib, Viking juga dikenal sebagai pelopor usaha kreatif suporter sepakbola di tanah air. Hal tersebut diawali ketika didirikannya *original fanshop* oleh Heru Djoko yang tak lain ketua Viking itu sendiri. *Original Fanshop* ini menyediakan berbagai keperluan bobotoh dalam mendukung Persib. Kini *Original Fanshop* memiliki dua cabang penjualan di Kota Bandung yaitu di Jalan Banda dan *mobile bus* di Gedung Sate. Selain itu, *Original Fanshop* pun memiliki toko-toko lainnya yang tersebar di sepuluh Kota di Jawa Barat ([www.bandungekspres.com](http://www.bandungekspres.com)).

Sebagai bentuk pengakuan dari suporter-suporter lainnya, Viking dijadikan percontohan untuk usaha-usaha kreatif suporter sepakbola di Indonesia. Seperti dituturkan Ayi Beutik yang juga dijuluki panglima Viking oleh anggotanya, “Kita sering diminta sebagai proyek percontohan, saya pernah disuruh *manage* suporter Semen Padang. Saya pernah ke Ujung Pandang untuk menerangkan seperti apa Viking, yang menghasilkan uang dari *merchandise*” ([www.journey-destiny.blogspot.com](http://www.journey-destiny.blogspot.com)).

Berbagai usaha kreatif yang dibangun oleh Viking di atas tidak dapat dilepaskan dari bentuk fanatisme. Hal tersebut didukung oleh pernyataan koordinator pengurus *original fanshop* saat ini, M. Firman Hadillah. Menurutnya tujuan utama pengurus Viking mendirikan *original fanshop* adalah untuk membuat bobotoh Persib bangga ketika menggunakan atribut Persib. Seperti dalam tuturannya, “Tujuan utama kami memang ingin memberikan suatu produk Persib berkualitas,

sehingga membuat bobotoh bangga dengan logo Persib yang melekat di tubuh mereka” ([www.bandungekspres.com](http://www.bandungekspres.com)).

Di samping itu, pesan lainnya yang ingin disampaikan melalui pendirian *original fanshop* ini adalah menjadikan aktivitas mendukung Persib sebagai gaya hidup. Hal tersebut seperti yang dituturkan Firman, “Dengan mempersembahkan barang-barang berkualitas kepada bobotoh maka secara tidak langsung mampu mengubah pandangan bobotoh, mendukung Persib itu tak perlu hanya di stadion dengan menggunakan embel-embel atribut, tapi bisa diaplikasikannya di luar pertandingan, saat menjalankan aktivitas sehari-hari.” ([www.bandungekspres.com](http://www.bandungekspres.com)).

Di samping itu, usaha kreatif lainnya yang dihasilkan Viking adalah album kompilasi Persib. Seperti yang dikatakan Ayi, “Viking sudah mengeluarkan tiga album kompilasi Persib, yang semuanya band-band lumayan lah. Itu, nggak ada di Indonesia yang bikin album kompilasi, paling mereka bikin album yang nyanyian-nyayian di lapangan, tapi grup bandnya nggak ada”. ([www.journey-destiny.blogspot.com](http://www.journey-destiny.blogspot.com)).

Selain bergerak dalam berbagai usaha kreatif, Viking juga memiliki peran dalam melestarikan budaya, khususnya budaya Sunda. Salah satunya dapat dilihat dari penampilan personal anggota viking yang menjadi sorotan di kalangan bobotoh maupun masyarakat Sunda pada umumnya. Penggunaan ikat kepala atau *totopong* semakin menjamur di kalangan anggota Viking dan bobotoh lainnya. Meskipun masih dilakukan perorangan, akan tetapi sikap tersebut patut

diapresiasi sebagai bentuk fanatisme terhadap Persib yang juga melestarikan budaya *iket* Sunda ([www.bobotohonthenet.or.id](http://www.bobotohonthenet.or.id)).

Berdasarkan paparan di atas, Anggota Viking yang dikenal sangat fanatik kini tentu tidak terlepas dari peran yang dilakukan oleh lingkungannya, dalam hal ini komunitas Viking itu sendiri. Oleh sebab itu, akan sangat menarik untuk mengkaji peran komunitas Viking dalam mendukung fanatisme anggotanya. Dengan demikian, peneliti pun mengajukan topik bahasan dengan judul “*Peran Komunitas Sepakbola dalam Mendukung Sikap Fanatisme Positif (Studi Kasus dalam Komunitas Viking Persib Club)*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut: “*Bagaimana peran komunitas sepakbola dalam mendukung sikap fanatisme positif (Studi Kasus dalam Komunitas Viking Persib)*”.

Adapun Identifikasi Masalah dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana peran usaha kreatif komunitas Viking dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya?
2. Bagaimana peran media komunikasi komunitas Viking dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya?
3. Bagaimana peran kegiatan sosial komunitas Viking Persib dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya?



### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

#### 1.3.1 Maksud Penelitian

Mengetahui peran komunitas Viking Persib dalam mendukung sikap fanatisme anggotanya.

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui peran usaha kreatif komunitas Viking dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya.
2. Mengetahui peran media komunikasi komunitas Viking dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya.
3. Mengetahui peran kegiatan sosial komunitas Viking Persib dalam mendukung sikap fanatisme positif anggotanya.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan peran komunitas dalam membangun fanatisme positif anggotanya.
2. Sebagai masukan bagi penelitian-penelitian relevan selanjutnya, sehingga dapat dijadikan studi perbandingan.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi, masukan, dan indikator Viking Persib Fans Club dalam mengaktualisasikan perannya untuk terus membangun fanatisme positif dalam mendukung Persib Bandung.
2. Sebagai bahan referensi klub-klub Sepakbola lainnya dalam membangun fanatisme positif anggotanya.

### 1.5 Tahapan Penelitian

Terdapat tiga tahapan dalam penelitian ini, seperti terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.4**

**Tahapan Penelitian**

No	Tahapan	Bulan					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1.	Persiapan penyusunan proposal skripsi bab I sampai III						
2.	Pengumpulan data mengenai Viking Persib						

3.	Melakukan Analisis data berdasarkan variabel, sub variabel, indikator yang sudah ditentukan						
4.	Penyelesaian data berupa kesimpulan dan saran						

Sumber : Peneliti

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan difokuskan di Kota Bandung. Hal ini didasarkan pada jumlah anggota Viking sebagai pendukung Persib yang sebagian besar berada di Bandung. Di samping itu, sekretariat pusat Viking juga berada di Bandung. Sehingga akan memudahkan peneliti dalam memperoleh data.

### 1.6.2 Waktu Penelitian

Data penelitian ini diperoleh dalam rentang waktu antara bulan Maret 2013 sampai dengan bulan Agustus 2013.

## BAB V

### SIMPULAN

Sesuai dengan apa yang menjadi rumusan masalah, simpulan dan saran yang dipaparkan dalam bab ini terfokus pada peran usaha kreatif, media komunikasi, dan kegiatan sosial yang dilakukan komunitas Viking dalam mendukung fanatisme positif anggotanya.

#### 5.1 Simpulan

- 1) Pada dasarnya usaha kreatif yang berkembang saat ini berawal dari kebutuhan anggota Viking itu sendiri. Kebutuhan anggota ini didasari oleh sikap fanatik mereka terhadap Persib. Kebutuhan-kebutuhan tersebut berupa barang dan jasa yang mendukung mereka dalam menyalurkan sikap fanatik positifnya. Hal yang positif dilakukan oleh pengurus Viking adalah merespon dengan baik keresahan anggota akan kebutuhannya. Respon tersebut diwujudkan dalam pembentukan divisi-divisi yang bergerak dalam usaha kreatif Viking. Dalam praktiknya divisi-divisi inilah yang menjadi ujung tombak usaha kreatif Viking. Peran divisi-divisi usaha kreatif Viking antara lain: memfasilitasi kebutuhan anggota, mewadahi kreativitas anggota, memperbesar jumlah anggota, dan mengembangkan sumber daya anggota.
- 2) Dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi anggota, di samping menggunakan sekretariat untuk berkomunikasi secara

langsung, Viking pun membuka akun facebook yaitu Viking Persib dan twitter yaitu @officialvpc. Selain itu, komunitas Viking pun bekerjasama dengan berbagai media massa lokal seperti STV dan Bobotoh 96,7 FM. Program tersebut ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, khususnya Viking dan memberi masukan kepada tim Persib. Upaya yang dilakukan ini memiliki kelebihan tersendiri, pasalnya program ini lebih interaktif, beritanya lebih aktual dan faktual, serta adanya pertukaran opini dari anggota Viking itu sendiri, selain itu *host* yang membawakan acara ini pun sudah dekat dengan para anggota Viking, antara lain Yana Bool dan Ayi Beutik.

- 3) Berbagai kegiatan sosial Viking pada dasarnya dilakukan untuk menjaga kebersamaan anggota dan solidaritas terhadap masyarakat. Dalam menjaga kebersamaan antar anggota, Viking rutin melaksanakan kumpul (*gathering*), baik itu tingkat distrik ataupun secara keseluruhan. Acara-acara yang dilakukan saat *gathering* biasanya dibalut dengan acara lainnya seperti buka bersama, tur sepeda, tur motor kros, konser dll. Berbagai acara tersebut disambut baik oleh anggota, sehingga secara tidak langsung mengembangkan sikap fanatik positif anggotanya. Dalam mewujudkan solidaritas nyata bagi masyarakat setempat, Viking melakukan berbagai kegiatan sosial seperti penggalangan dana untuk korban bencana alam, khitanan massal, ataupun donor darah. Dalam berbagai kegiatan tersebut Viking pun terus melakukan propaganda bahwa Viking merupakan kelompok supporter yang

129

Telkom  
University

menyalurkan sikap fanatiknya melalui kegiatan-kegiatan positif, tidak urakan, arogan, apalagi anarkis.

## 5.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti memiliki beberapa saran, antara lain sebagai berikut ini.

- 1) Peneliti menyarankan agar mobile bus dalam menjual produk-produk original fans shop armada nya ditambah lagi, lalu tidak hanya hadir di depan Gedung Sate melainkan di tempat-tempat lain.
- 2) Peneliti menyarankan semoga komunitas Viking Persib Club ini biasa mengembangkan dan membentuk distrik-distrik nya tidak hanya di 13 distrik yang ada, tetapi bisa bertambah lagi distrik-distriknya di jawa barat dan bisa juga membentuk distrik di luar jawa barat
- 3) Peneliti menyarankan agar objek penelitian ini dapat lebih bervariasi lagi, sehingga terdapat lebih banyak komunitas sepakbola yang diteliti.

**Buku**

- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati, Karlinah. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Daymon, Christine & Holloway, Immy. (2008). *Metode-metode Riset kualitatif dalam Public Relations dan Marketing communications* (1st). Bandung: Bentang Pustaka.
- De Vito, J.A. (1995). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper Collins College Publisher.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (cetakan kedua puluh dua). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press
- Graham. (1976). *Psychology of Sport*. New Jersey: Prentice Hall.
- Griffin and Hauser. (1993). *The Voice of the Customer*. New York: Marketing Science.
- Haryatmoko. (2003). *Mencari Akar Fanatisme Ideologi, Agama, atau Pemikiran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hidayatullah. (1995). *Sikap Fanatik dalam Beragama*. Jakarta: Dian Rakyat.

- Iriantara, Yosol. (2007). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya* (cetakan kedua). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ismail Andar. (2008). *Selamat Menabur*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Kotler, Philip. (2008). *Principles of Marketing*. New York: Pearson Education.
- Krahe, Barbara. (2001). *Perilaku Agresif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Kuswarno, Engkus. (2008). *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mahsun.(2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Grafindo.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Cetakan kedua puluh tiga). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, Achmad. (2002). *Konseling Agama, Teori dan Kasus*. Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi* (Cetakan kesebelas). Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Cetakan kesepuluh). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



- Rakhmat, Jalaluddin. (2008). *Psikologi Komunikasi* (cetakan kedua puluh enam). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul M. (1999). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Jakarta: Grasindo.
- Rosen, Emanuel. (2004). *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut* (terj. Zoelkifli Kasip). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Semiun, Yustinus. (2006) *Kesehatan Mental 3*. Yogyakarta: Kanisius.
- Severin, Warner J. (2005). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Simon P. Anderson. (1994). *Fundamental of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sudirwan, A. (1988). *Fanatisme Agama dalam Politik*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Supriyanto, Aji. (2005) *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Susanto, Eko Harry. (2010). *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutaryo. 2008. *Sosiologi Komunikasi* (cetakan keempat). Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Tubbs, S dan Moss, S. (2008). *Human Communication: Principles and Context*. New York: McGraw Hills Companies.

Wahyudi, Hari. (2009). *The Lands of Holligan*. Jakarta: Garasi.

Wenger, Etienne et.al. 2007. *Cultivating communities of practice: a guide to managing knowledge*. Boston: Harvard Business School Press.

Yin, Robert K.(2011). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

### Jurnal

Kevin Kelly. (2012). In Football We Trust? *International Journal of Business and Sosial Science*, 8(3), 243-254.

Stead, D. and Rookwood, J. (2007). Responding to Football Disorder, Policing the British Football Fan. *Journal of Qualitative Research and Sports Studies*. 1(1), 33-41.

Patrizia, Zagnoli and Elena Radicchi (2010). The Role of Sport Fan Community in Value co-Creation. *Sport Managemen Laboratory, University of Florence, Italy*. 1-20.

Jon, Mainwaring. (2010). Fan Activism May Hold Lessons for Directors and Shareholders .*Wallstreet Journal*.

Stoot, Clifford. (2004). Controlling Without Confronting- Policing and Hooliganism. *Economic and Social Research Council, University of Liverpool*.

[www.wikimu.com](http://www.wikimu.com). *Definisi Fanatisme*. Diakses pada 19 Maret 2013 pukul 04.13.

[www.okeemedia.com](http://www.okeemedia.com). *Inilah Olahraga Paling Populer*. Diakses pada 22 Maret 2013 pukul 09.08.

[www.beritajatim.com](http://www.beritajatim.com). *Membanggakan, Indonesia Masuk Tiga Suporter Teranatik di Dunia*. Diakses pada 21 Maret 2013 pukul 00.20.

[www.sindonews.com](http://www.sindonews.com). *Bobotoh Bangkitkan Persib*. Diakses pada 28 Maret 2013 pukul 08.34.

[www.detikbandung.com](http://www.detikbandung.com). *Heru Djoko, Serukan Anggotanya untuk Ikut Pilkada*. Diakses pada 19 Maret 2013 pukul 02.08.

[www.most-popular.net](http://www.most-popular.net). *Sepakbola, Olahraga Terpopuler di Dunia*. Diakses pada 24 Maret 2013 pukul 21.16.

[www.bola.net](http://www.bola.net). *Bobotoh, Suporter Terfanatik di Indonesia*. Diakses pada 21 Maret pukul 00.26.

[www.okezonenews.com](http://www.okezonenews.com). *Viking Siap Bantu Keuangan Persib*. Diakses pada 11 April 2013, pukul 22.37.

[www.bandungekspres.com](http://www.bandungekspres.com). *Membangun Industri Kreatif Bobotoh*. Diakses pada 12 April 2013, pukul 09.09.

[www.journey-destiny.blogspot.com](http://www.journey-destiny.blogspot.com). *Panglima Viking yang Kontroversial*. Diakses pada 17 Mei 2013 pukul 06.12.

[www.bobotohonthenet.or.id](http://www.bobotohonthenet.or.id). *Totopong, Trend baru Bobotoh*. Diakses pada 4 April 2013 pukul 09.58.

[www.lib.fikom.unpad.ac.id](http://www.lib.fikom.unpad.ac.id). *Makna Fanatisme Viking Persib Club Terhadap Kesebelasan Persib Bandung*. Diakses pada 8 Mei 2013 pukul 08.06.

[www.repository.upi.edu](http://www.repository.upi.edu). *Profil Perilaku Agresif pada MahasiswaUPI Pendukung Persib Bandung*. Diakses pada 21 Maret 2013 pukul 08.37.

[www.elib.unikom.ac.id](http://www.elib.unikom.ac.id). *Fanatisme Bobotoh Persib Bandung*. Diakses pada 11 Mei 2013 pukul 07.37.

[www.uin-malang.ac.id](http://www.uin-malang.ac.id). *Fanatisme Suporter Sepakbola Arema Indonesia*. Diakses pada 12 April 2013 pukul 08.49.

[www.ejournal.sunan-ampel.ac.id](http://www.ejournal.sunan-ampel.ac.id). *Ikatan Emosional terhadap Tim Sepakbola dan Makna Fanatisme Suporter Sepakbola*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 08.51.

[www.psychology.uii.ac.id](http://www.psychology.uii.ac.id). *Hubungan antara Fanatisme Positif terhadap Klub Sepakbola dengan Motivasi Menjadi Suporter*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 08.44.

[www.psikologi.fk.uns.ac.id](http://www.psikologi.fk.uns.ac.id). *Hubungan antara Komunikasi yang Efektif dan Harga Diri dengan Kohesivitas Kelompok pada Pasukan Suporter Solo Sejati (Pasoepati)*. Diakses pada 21 Maret 2013 pukul 08.23.

[www.ejournal.gunadarma.ac.id](http://www.ejournal.gunadarma.ac.id). *Kohesivitas Pendukung Tim Sepakbola Persija*. Diakses pada 11 Mei 2013 pukul 09.24.

[www.ejournal.unesa.ac.id](http://www.ejournal.unesa.ac.id). *Fenomena Perilaku Fanatisme Suporter Sepakbola*. Diakses pada 11 Mei 2013 pukul 09.18.

[www.Eprints.unika.ac.id](http://www.Eprints.unika.ac.id). *Fanatisme Suporter Persatuan Sepakbola Makassar Ditinjau dari Kematangan Emosional dan Konformitas*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 08.59.

[www.naplesforumonservice.it](http://www.naplesforumonservice.it). *The Role of Sport Fan Community in Value co-Creation*. Diakses pada 9 Mei 2013 pukul 12.50.

[www.questia.com](http://www.questia.com). *Determinants of home atmosphere in English football: a committed supporter perspective*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 09.58.

[www.wjs.com](http://www.wjs.com). *Fan activism may hold lessons for directors and shareholders*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 09.54.

[www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com). *In Football We Trust?*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 09.18.

[www.joelrookwood.com](http://www.joelrookwood.com). *Responding to Football Disorder: Policing the British Football Fan*. Diakses pada 15 April 2013 pukul 09.46.

[www.rcuk.ac.uk](http://www.rcuk.ac.uk). *Responding to Football Disorder: Policing the British Football Fan*. Diakses pada 11 Mei 2013 pukul 08.29.

[www.washingtonmonthly.com](http://www.washingtonmonthly.com). *Controlling without confronting- policing and hooliganism*. Diakses pada 1 Agustus 2013 pukul 12.34.

[www.gov.uk/department-for-culture-media-sport](http://www.gov.uk/department-for-culture-media-sport). *Definisi Industri Kreatif*. Diakses pada 1 Agustus pukul 19.50

[www.wikipedia.co.id](http://www.wikipedia.co.id). *Definisi Media Massa*. Diakses pada 1 Agustus pukul 20.12.

#### **Makalah**

Ahimsa-Putra. 2009. 'Paradigma Penelitian Ilmu-ilmu Humaniora'. Makalah Kuliah Umum. Bandung, Program Studi Linguistik, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia.