

Strategi Komunikasi Suporter dalam Membangun Citra Positif (Studi The Jakmania)

Daffa Zulwan Hadi, Yunita Sari, Mediana Handayani

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

E-mail penulis pertama/korespondensi : noliarika@gmail.com

Abstract

The Jakmania Cikini is the official Regional Coordinator in the Jakmania. Not a few cases that represent a bad image of this football supporter. Therefore The Jakmania Cikini make communication efforts to restore its positive image. The purpose of this study was to determine strategy of The Jakmania Cikini in maintaining a positive image in the community, and to determine the Jakmania Cikini utilize social Media and Digital platforms in conveying positive messages about their club to the community. This study uses qualitative methods with a case study approach. The findings of this research are that The Jakmania Cikini forms a positive image by getting to know the audience more closely by carrying out activities in open spaces. All messages about supporters have been assigned a topic so that the message can create a positive image. . The Jakmania Cikini in forming a positive image of the community uses internal organizational communication, namely communication from top to bottom, communication from subordinates to superiors, and communication between members. The Jakmania Cikini's external organizational communication is carried out through publications via social media. The Jakmania Cikini utilizes social media and digital platforms to convey positive messages about the club to the public.

Keywords: Communication Strategy; Football Supporters; Positive Image; The Jakmania Cikini.

Abstrak

The Jakmania Cikini merupakan Koordinator Wilayah (KORWIL) resmi yang ada di The Jakmania. Tidak sedikit kasus yang merepresentasikan citra buruk dari suporter sepak bola ini. Maka dari itu The Jakmania Cikini melakukan upaya komunikasi untuk mengembalikan citra positifnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi The Jakmania Cikini dalam Mempertahankan Citra Positif di masyarakat, dan untuk menganalisis strategi The Jakmania Cikini Memanfaatkan Media Sosial dan Platform Digital Dalam Menyampaikan Pesan Positif Tentang Klub Mereka Kepada Masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil temuan penelitian ini yaitu The Jakmania Cikini membentuk citra positif dengan cara mengenal khalayak secara lebih dekat dengan melakukan kegiatan di ruang terbuka. Semua pesan tentang supporter ini sudah ditentukan topiknya supaya pesan tersebut bisa membentuk citra positif. . The Jakmania Cikini dalam membentuk citra positif komunitas menggunakan komunikasi organisasi internal yaitu komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi dari bawahan ke atasan, dan komunikasi antar anggota. Pada komunikasi organisasi eksternal The Jakmania Cikini dilakukan dengan melalui publikasi melalui media sosial. The Jakmania Cikini memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam menyampaikan pesan positif tentang klub kepada masyarakat

Kata Kunci: Strategi Komunikasi; Suporter Sepakbola; Citra Positif; The Jakmania Cikini.

PENDAHULUAN

Sampai dengan saat ini sepakbola menjadi olahraga yang paling favorit di Indonesia. Penggemar olah raga ini sangat beragam mulai dari anak-anak remaja, dewasa, orang tua dan tidak menutup kemungkinan kaum hawa. Eksistensi sepakbola sudah mandarah daging bagi budaya masyarakat Indonesia meskipun masalah persepakbolaan di negara ini semakin hari menjadi semakin rumit.

Membicarakan sepakbola tentunya tidak akan pernah lepas dari yang Namanya suporter. Menurut Oktavera et al (2024:45), kehadiran suporter suatu tim sepakbola yang mendukung tim idolanya sudah menjadi pemandangan yang menjadikan nuansa stadion menjadi menarik, meriah, serta hal tersebut telah memberikan dampak psikologi kepada para pemain dari tim sepakbola yang didukung tersebut. Dampak tersebut salah satunya memberikan dukungan motivasi bagi para pemain dalam bertanding (Emral, 2016:29).

Survei internasional yang dilakukan pada tahun 2020 dan 2021 menyebutkan bahwa Indonesia telah 2 kali menduduki peringkat ketiga dalam urutan negara yang memiliki suporter yang paling fanatic di dunia.

Fenomena suporter yang ada di Indonesia hingga kini masih terus menunjukkan eksistensinya, buktinya justru semakin banyak bermunculan kelompok-kelompok suporter suatu tim sepakbola. Namun disisi lain sudah banyak kasus kerusuhan suporter yang terjadi di dunia sepakbola Indonesia, berbagai sanksi dan hukuman sudah sering diberikan kepada kelompok suporter untuk memberikan efek jera agar para kelompok suporter di Indonesia tidak melakukan Kembali tindak kerusuhan yang menyebabkan timbulnya korban jiwa (Hidayatul, 2019).

Kasus suporter sepakbola di Indonesia yang mengakibatkan menelannya korban jiwa ini seakan menjadi rutinitas setiap tahun yang selalu ada korbannya. Dari sekian kasus kerusuhan suporter, fenomena suporter Persija Jakarta sangat menyita perhatian. Beberapa diantaranya yaitu saat melihat laga kandanng Persija melawan musuh bebuyutannya Persib Bandung di Stadion Gelora Bung Karno di Jakarta. Suporter Persija diperiksa oleh Petugas Polda Metro Jaya dan menemukan puluhan senjata tajam, dan kemudian sejumlah suporter itu diamankan (Kompas.com, 2010).

Kerusuhan yang terjadi pada The Jakmania diketahui karena kelompok suporter The Jakmania kurang terkoordinasi yang menyebabkan adanya miskomunikasi antar suporter yang menyebabkan tawuran antar suporter.

The Jakmania Cikini merupakan Koordinator Wilayah (KORWIL) resmi yang mengakomodir kumpulan pendukung tim Persija Jakarta di wilayah Cikini. Suporter ini lahir pada 15 Januari 2001. Sebuah citra positif dapat ditimbulkan dari dalam diri suporter melalui peran komunikasi yang baik oleh koordinator di masing-masing wilayah.

Salah satu proses komunikasi yang terjadi antara Koordinator Wilayah (KORWIL) The Jakmania Cikini dengan anggotanya yaitu terjadi pada saat sebelum suporter memasuki stadion. Koordinator Wilayah (KORWIL) terlebih dahulu memberikan arahan kepada anggotanya, hal tersebut bertujuan agar terciptanya suasana kondusif saat pertandingan berlangsung dan untuk

mencegah sikap negatif yang dilakukan suporter agar tidak terjadi kejadian yang tidak diinginkan. Tujuan dari arahan tersebut adalah untuk merencanakan pertandingan untuk kedepannya, dan juga untuk menjaga agar di saat pertandingan Persija berlangsung tidak terjadi insiden-insiden dari anggota suporter yang dapat mengganggu jalannya pertandingan (Hasanah,2019:36).

METODOLOGI PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan di The Jakmania Cikini dengan batas waktu penelitian selama 2 bulan terhitung Bulan November hingga Maret. Yang dimana Subjek dari penelitian ini yaitu:

- 1) Koordinator Wilayah (Korwil) The Jakmania Cikini.
- 2) Pengurus *The Jakmania Cikini*.
- 3) Anggota suporter yang termasuk kategori suporter lama sebanyak orang.
- 4) Anggota suporter yang termasuk kategori suporter baru sebanyak 3 orang.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data secara primer yang melalui wawancara dengan informan yakni anggota supporter The Jakmania Cikini. Adapun untuk menguji keabsahan data wawancara dan observasi menggunakan teknik triangulasi. Sedangkan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini Menggunakan wawancara dan dokumentasi Pada penelitian ini menggunakan analisis data di lapangan seperti model Miles dan Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL

1. Strategi The Jakmania Mempertahankan Citra Positif

a) Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak sangat dibutuhkan The Jakmania Cikini untuk menjaga citra positif. Adanya citra positif pada The Jakmania Cikini membuat The Jakmania Cikini lebih mudah menambah anggota dan mudah menarik sponsor ketika ada kegiatan yang dilaksanakan The Jakmania Cikini. Berikut adalah dokumentasi mengenai kegiatan The Jakmania yang dilaksanakan di tempat terbuka yaitu acara halal bi halal The Jakmania Cikini.



Gambar 1. Kegiatan halal bi halal The Jakmania Cikini

Berdasarkan sejumlah pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa The Jakmania Cikini perlu menjaga citra positif kelompoknya dengan cara mengenal khalayak. Citra positif yang dibentuk dan dijaga kelompok The Jakmania Cikini yakni dengan melakukan aktivitas atau kegiatan di ruang terbuka.

b) Menyusun Pesan

Dalam menjaga citra positif, penyusunan pesan yang tepat dengan topik yang menarik memainkan peran sentral dalam menarik perhatian dan membangun hubungan yang kuat antara The Jakmania Cikini dengan khalayak. Topik atau pesan yang ingin disampaikan sudah ditentukan oleh The Jakmania Pusat. Isi pesan tersebut yakni imbauan agar menjadi suporter yang kompak, tertib, dan menghindari keributan dan provokasi saat mendukung Persija saat bertanding.

c) Menetapkan Metode

Metode yang diterapkan The Jakmania Cikini sebagai strategi mempertahankan citra positif yaitu melalui penekanan fungsi media informatif, pesan persuasif dan pesan edukatif The Jakmania Cikini. Berikut adalah fungsi informatif pada pesan yang disampaikan The Jakmania Cikini melalui media sosial instagram.



Gambar 2. Fungsi Informatif Media Sosial Instagram

Selain itu penggunaan metode lain yang diterapkan sebagai strategi mempertahankan citra positif yakni melalui pesan persuasif yang disampaikan dalam kelompok suporter The Jakmania Cikini. Berikut adalah pesan persuasif pada pesan yang disampaikan The Jakmania Cikini melalui media sosial instagram.



Gambar 3. Pesan Persuasif pada Media Sosial Instagram

Selain itu penggunaan metode lain yang diterapkan sebagai strategi mempertahankan citra positif yakni melalui pesan edukatif yang disampaikan dalam kelompok suporter The Jakmania Cikini. Pesan edukatif yang digunakan yakni seperti ajakan terhadap anggota untuk tetep fokus pada pertandingan Persija dan tidak melakukan hal rasis, seksis, dan fasis pada sepakbola.

d) Pemilihan Media

The Jakmania Cikini memanfaatkan media komunikasi

untuk membentuk citra positif. Media komunikasi yang digunakan dapat memudahkan koordinasi antar anggota, memudahkan pengamatan kegiatan yang dilaksanakan, dan lain sebagainya. Media sosial juga berperan penting dalam komunikasi kelompok The Jakmania Cikini seperti untuk mengunggah kegiatan organisasi untuk menarik minat calon anggota.

2. Komunikasi Organisasi The Jakmania dalam Membentuk Citra Positif

a) Komunikasi Organisasi Internal Komunikasi organisasi internal

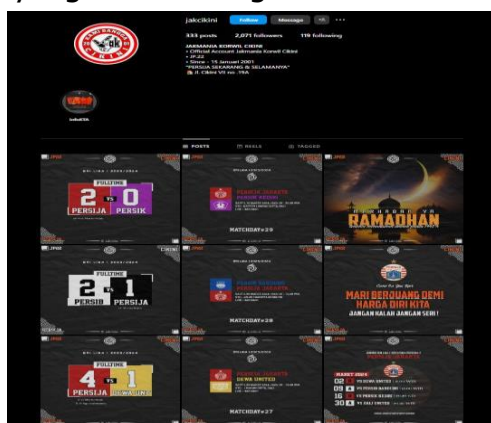
The Jakmania Cikini bertujuan guna menjalin keterkaitan baik antara sesama anggota dalam melaksanakan kegiatan yang ada di The Jakmania Cikini, juga guna membuat kemajuan organisasi untuk lebih bagus. Berdasarkan sejumlah pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi internal The Jakmania Cikini terbagi menjadi tiga golongan yang pertama yaitu, komunikasi antar sesama anggota (*horizontal communication*), selanjutnya komunikasi organisasi dari atasan ke bawahan (*downward communication*), dan yang terakhir komunikasi organisasi dari bawahan ke atasan (*upward communication*).

b) Komunikasi Organisasi Eksternal Komunikasi organisasi eksternal adalah salah satu bentuk komunikasi antara The Jakmania Cikini dengan khalayak. Komunikasi eksternal The Jakmania Cikini dilakukan dengan melalui publikasi melalui media sosial The Jakmania Cikini.

3. Pemanfaatan Media Sosial dan Platform Digital dalam Menyampaikan Pesan Positif

a) *Fact Finding*

Fact Finding merupakan suatu tahap pertama dalam proses untuk memperoleh beragam informasi, data, juga fakta sebelum memanfaatkan media sosial. Hal tersebut didukung oleh penggunaan media sosial Instagram The Jakmania Cikini yang memberitakan hasil pertandingan dan jadwal Persija yang akan datang.



Gambar 4. Halaman Instagram The Jakmania Cikini

Berdasarkan sejumlah pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa The Jakmania Cikini dalam melakukan fact finding, The Jakmania Cikini mencari fakta dan informasi yang terjadi sebagai bahan untuk mempublikasikan berita mengenai The Jakmani Cikini dan Persija.

b) *Planing*

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan koordinator wilayah The

Jakmania Cikini dan pengurus The Jakmania Cikini diketahui The Jakmania cikini tidak mempunyai rencana pasti yang dilakukan untuk membangun citra positif. The Jakmania Cikini hanya mengikuti koordinasi dari The Jakmania Pusat.

c) *Communication*

Walaupun The Jakmania Cikini belum mempunyai rencana dalam menggunakan media sosial guna menyampaikan pesan positif ke masyarakat umum. Namun untuk proses dan cara penggunaan media sosial yang dilakukan The Jakmania Cikini hanya langsung mendokumentasikan informasi dan kegiatan, kemudian informasi tersebut diolah bersama tim kreatif. Setelah konten siap dipublikasikan, konten diseleksi isi dan kontennya.

d) *Evaluation*

Dari setiap adanya suatu kegiatan dilakukannya evaluasi agar memastikan apakah tujuan sudah mencapai target atau belum. Evaluasi merupakan tahap akhir dari pemanfaatan media sosial The Jakmania Cikini dalam menyampaikan pesan positif, pada akhir kegiatan prosedur evaluasi dilakukan secara terus menerus. Temuan evaluasi merupakan komponen penting dalam kegiatan publikasi (Ruslan 2001:115).

PEMBAHASAN

1. Strategi The Jakmania Mempertahankan Citra Positif

a) Mengenal Khalayak

Khalayak adalah salah satu komponen yang paling penting adalah audiens yang disebut komunikan, pendengar, pembaca atau penerima karena mereka lah yang menentukan sukses atau tidaknya suatu proses komunikasi, maka khalayak menjadi krusial. Berdasarkan sejumlah pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa The Jakmania Cikini perlu menjaga citra positif kelompoknya dengan cara mengenal khalayak. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menunjukan kedekatan The Jakmania Cikini kepada khalayak dan menunjukan bahwa kegiatan The Jakmania Cikini adalah kegiatan positif dan tidak mengganggu ketertiban umum. Berdasarkan pada hasil penelitian dan pernyataan Schoen Feld yang kaitannya dengan The Jakmania dalam memahami khalayak yaitu khalayak yang dimaksud condong pada kelompok *Majority*. Pengenalan khalayak bisa didapat dari pengetahuan teoritis dan pengalaman manusia sebagai organisme sosial dan biologis dapat digunakan untuk mengidentifikasi audiens.

b) Menyusun Pesan

Untuk mencapai komunikasi yang efektif pesan yang disampaikan harus memiliki respon yang positif. Pesan harus disusun dan disampaikan sebaik mungkin, sehingga pesan tersebut dapat mempengaruhi sikap dan perilaku, menarik perhatian khalayak, dan mengubah pemahaman khalayak (Tulandi et al, 2021). Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam menyusun pesan, The Jakmania Cikini menyampaikan pesan yang sudah ditentukan topik atau pesan yang ingin disampaikan. Topik atau pesan yang ingin disampaikan sudah ditentukan oleh The Jakmania Pusat, artinya pesant ersebut sudah direncanakan oleh The Jakmania Pusat. Wilbur Schramm (Arifin, 1984)

menyatakan Istilah "Ketersediaan" (mudah didapat) dan "Kontras" (kontras) mengacu pada penggunaan sinyal komunikasi. Ketersediaan menunjukkan kemudahan memperoleh isi pesan karena, dalam situasi tertentu, orang akan selalu memilih opsi yang memerlukan sedikit usaha atau energi. Kontras moderat menunjukkan bagaimana fungsinya berbeda dari kondisi sekitar, sehingga membuat pendengaran sangat jelas dan mudah diakses.

c) Menetapkan Metode

Metode menurut bentuk isinya ada empat diantaranya, persuasif (teknik mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk/mengajak), informatif (dilakukan dalam bentuk pernyataan-pernyataan berupa informasi, informasi, berita, dan lain-lain), edukatif (memberikan khalayak suatu konsep berdasarkan fakta, keyakinan yang dapat diverifikasi, dan pengalaman; diorganisir dengan sengaja, konsisten, dan teratur untuk mempengaruhi perilaku manusia dengan cara yang diinginkan) (Tulandi et al, 2021). Metode informatif juga diterapkan The Jakmania dalam penggunaan media sosial yakni berupa informasi pembuatan Kartu Tanda Anggota The Jakmania Cikini.

d) Pemilihan Media

Pemilihan media penyampaian pesan harus memperhatikan tujuan yang ingin dicapai, pesan yang ingin disampaikan, dan strategi penyampiannya. Instagram adalah platform media sosial utama yang digunakan oleh The Jakmania Cikini sebagai strategi komunikasi untuk mencapai tujuannya dengan berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan. The Jakmania Cikini. Followers akun Instag Instagram adalah platform media sosial utama yang digunakan oleh strategi komunikasi untuk mencapai tujuannya dengan berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan. ram The Jakmania Cikini dapat berinteraksi secara langsung dengan kelompok The Jakmania Cikini di media sosial Instagram dengan bertanya melalui komentar yang disediakan melalui postingan.

2. Komunikasi Organisasi The Jakmania dalam Membentuk Citra Positif

Begitupula yang terdapat di The jakmania Cikini, peran komunikasi organisasi untuk menumbuhkan citra positif The jakmania Cikini sangat dipengaruhi oleh dua program, yaitu program internal dan program eksternal. Berikut penjelasannya:

a) Komunikasi Organisasi Internal Komunikasi organisasi internal

The Jakmania Cikini bertujuan guna menjalin keterkaitan baik antara sesama anggota dalam melakukan kegiatan yang ada di The Jakmania Cikini, juga untuk membuat kemajuan orgnaisasi agar lebih bagus. Dalam konteks ini, anggota The Jakmania Cikini memiliki kesempatan untuk berbagi ide, pengalaman, dan pemikiran secara terbuka, sehingga memungkinkan terbentuknya pemahaman yang lebih baik tentang tujuan dan visi bersama.

b) Komunikasi Organisasi Eksternal Komunikasi organisasi eksternal

adalah salah satu bentuk komunikasi antara The Jakmania Cikini dengan khalayak. Komunikasi eksternal The Jakmania Cikini dilakukan dengan melalui publikasi melalui media sosial The Jakmania Cikini.

3. Pemanfaatan Media Sosial Dan Platform Digital Dalam Menyampaikan Pesan Positif

a) *Fact Finding*

Fact Finding merupakan suatu tahap pertama dalam proses untuk memperoleh beragam informasi, data, juga fakta sebelum memanfaatkan media sosial (Mulyono & Yulianingtyas, 2022). Dengan mengungkapkan berita yang baik dan benar, The Jakmania Cikini berharap dapat memperkuat citra positif Persija Jakarta di mata publik. Selain itu, melalui upaya ini, mereka juga berupaya untuk menunjukkan komitmen mereka sebagai suporter yang mendukung klub dengan penuh semangat dan dedikasi. Dalam pemberitaan atau isu negatif Persija dan The Jakmania Cikini di sosial media, langkah atau tindakan yang diambil The Jakmania Cikini yakni menyikapi isu dan berita negatif dengan bijak dan satu komando dalam payung The Jakmania.

b) *Planing*

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan koordinator wilayah The Jakmania Cikini dan pengurus The Jakmania Cikini diketahui The Jakmania cikini tidak mempunyai rencana pasti yang dilakukan untuk membangun citra positif. Kehadiran The Jakmania Cikini tanpa rencana pasti untuk membangun citra positif mereka sendiri dan hanya mengandalkan koordinasi dari The Jakmania Pusat menunjukkan beberapa hal.

c) *Communication*

Melalui kolaborasi ini, mereka memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga menarik perhatian audiens. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan tidak hanya mendukung citra positif Persija Jakarta dan The Jakmania Cikini, tetapi juga memberikan dampak yang positif dan membangun hubungan yang kuat dengan pengikut mereka di media sosial.

d) *Evaluation*

Dari setiap adanya suatu kegiatan dilakukannya evaluasi agar memastikan apakah tujuan sudah mencapai target atau belum. Evaluasi merupakan tahap akhir dari pemanfaatan media sosial The Jakmania Cikini dalam menyampaikan pesan positif, pada akhir kegiatan prosedur evaluasi dilakukan secara terus menerus. Temuan evaluasi merupakan komponen penting dalam kegiatan publikasi (Rosady Ruslan 2001:115).

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa The Jakmania Cikini membangun citra positif melalui pendekatan komunikasi yang strategis dan terstruktur. Strategi tersebut meliputi: (1) pendekatan langsung kepada khalayak melalui kegiatan di ruang terbuka, (2) penyampaian pesan dengan topik yang telah ditentukan, serta (3) penerapan metode komunikasi edukatif, informatif, dan persuasif. Media sosial Instagram menjadi platform utama dalam menyebarkan pesan positif, mengingat mayoritas anggota aktif menggunakan platform tersebut. Selain itu, The Jakmania Cikini juga memanfaatkan komunikasi organisasi internal (vertikal dan horizontal) serta eksternal melalui publikasi di

media sosial untuk memperkuat citra positif kelompok dan klub.

Proses komunikasi yang dilakukan The Jakmania Cikini mengikuti tahapan yang sistematis, dimulai dari pengumpulan fakta (fact), perencanaan (planing) yang diselaraskan dengan The Jakmania Pusat, penyampaian pesan (communication), hingga evaluasi (evaluation) terhadap konten dan kegiatan yang telah dilakukan. Koordinator wilayah berperan aktif dalam mengawasi dan mengevaluasi setiap tahapan tersebut, sehingga pesan yang disampaikan tetap konsisten dan efektif dalam membangun citra positif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara strategi komunikasi The Jakmania Cikini dengan kelompok supporter lain guna mengidentifikasi best practices dalam membangun citra positif. Selain itu, penelitian dapat diperdalam dengan menganalisis dampak spesifik dari penggunaan Instagram terhadap persepsi masyarakat tentang The Jakmania Cikini. Pelibatan metode kuantitatif, seperti survei kepada masyarakat non-supporter, juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Terakhir, penelitian dapat mengeksplorasi peran influencer atau opinion leader dalam memperkuat citra positif kelompok supporter di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Penerbit Armico.
- Emral. (2016). *Sepak Bola Dasar*. Padang: Sukabina Press.
- Kompas.com. (2010). Bawa Senjata Tajam, Puluhan Suporter Persija Diamankan. Received from: <https://internasional.kompas.com/read/2010/03/16/17353664/index.html>. Diakses pada 16 April 2024
- Hasanah, I. (2019). *SepakBola*. Bandung: PT Indahjaya Adipratama
- Hidayatul Ilham, M. (2019). Manajemen Komunikasi Krisis Pada Klub Sepakbola (Kasus Pada Klub Sriwijaya FC). (*Doctoral dissertation, Master Program in Communication Science*).
- Mulyono, A. M., & Yuliatiningtyas, S. (2022). Penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi membangun brand image pada PT Pelindo energi logistik. *Journal Communication Specialist*, 1(1), 123-137.
- Oktavera, S., Al Akbar, F. F., & Turmidzi, I. (2024). Upaya Pencegahan Kekerasan Fisik Akibat Fanatisme Suporter Sepak Bola Dengan Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Islam Di Korwil Jakmania, Meruya, Jakarta Barat. *AL Fikrah: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 4(1 Februari), 43-64.
- Rosyada, D. (2020). *Penelitian kualitatif untuk ilmu pendidikan*. Prenada Media.
- Tulandi, E. V., Rifai, M., Lubis, F. O. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat.