

Hubungan *Sense of Belonging* dengan Loyalitas Suporter Brigata Curva Sud

Muhamad Vito Asshodiq¹, Andhita Dyorita Khoiryasdien², Mustaqim Setyo Arianto³

Email: muhamadv162@gmail.com¹, dyorita.kh@unisayogya.ac.id²,

mustaqim.sa@unisayogya.ac.id³

Universitas Aisyiyah Yogyakarta^{1,2,3}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *sense of belonging* dengan loyalitas suporter Brigata Curva Sud (BCS) PSS Sleman. Fenomena loyalitas tinggi suporter BCS menjadi dasar penelitian ini, di mana rasa memiliki terhadap komunitas dan tim berperan penting dalam membentuk keterikatan dan solidaritas kelompok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Subjek penelitian berjumlah 150 anggota BCS yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 untuk *sense of belonging* dan 0,911 untuk loyalitas, menandakan instrumen memiliki reliabilitas tinggi. Uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi 0,200 ($p > 0,05$) yang menunjukkan data berdistribusi normal, dan uji linearitas menghasilkan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti hubungan antarvariabel bersifat linear. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai $r = 0,602$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang menandakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara *sense of belonging* dan loyalitas suporter Brigata Curva Sud.

Kata Kunci: *Sense Of Belonging*; Loyalitas; Suporter; Brigata Curva Sud

Abstract

This study aims to examine the relationship between sense of belonging and supporter loyalty among Brigata Curva Sud (BCS) of PSS Sleman. The study was motivated by the strong loyalty demonstrated by BCS members, where belongingness to the community and the team plays a crucial role in shaping attachment and group solidarity. The research employed a quantitative correlational approach involving 150 BCS members selected through purposive sampling. The reliability test showed a Cronbach's Alpha of 0.919 for sense of belonging and 0.911 for loyalty, indicating high internal consistency. The normality test yielded a significance value of 0.200 ($p > 0.05$), indicating normally distributed data, and the linearity test showed $p = 0.000$ ($p < 0.05$), suggesting a linear relationship between the variables. Pearson correlation analysis resulted in $r = 0.602$ with $p = 0.000$ ($p < 0.05$), demonstrating a positive and significant relationship between sense of belonging and supporter loyalty among Brigata Curva Sud members.

Keywords: *Sense Of Belonging*; Loyalty; Supporter; Brigata Curva Sud

PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling mendukungi dunia, termasuk di Indonesia. Dengan populasi lebih dari 278 juta jiwa, Indonesia menjadi salah satu negara dengan basis penggemar sepakbola yang besar. Sepak bola tidak hanya menjadi ajang hiburan tetapi juga memainkan peran penting dalam

membangun solidaritas sosial dan identitas budaya masyarakat. Sejarah sepak bola di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat sejak berdirinya Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) pada 19 April 1930 di Yogyakarta. Organisasi ini memiliki peran besar dalam mengelola dan mengembangkan kompetisi sepak bola

nasional, termasuk pembentukan liga sepak bola. (Mardiansyah, 2025). Sepak bola secara baku hanya dimainkan oleh pemain yang berada di lapangan saja, namun tanpa kita sadari sering kali dalam permainan sepak bola terdapat individu-individu dari luar lapangan mendukung tim yang sedang bertanding. Individu-individu tersebut memberikan semangat dan motivasi melalui berbagai cara agar tim yang mereka dukung dapat mengalahkan lawannya dalam permainan yang dimainkan sebelas melawan sebelas orang tersebut. Tak heran jika individu-individu yang memberikan dukungan tersebut sering kali mendapat julukan sebagai pemain ke-12. Suporter adalah salah satu elemen penting dalam pertandingan. Bersama para pemain dan ofisial serta perangkat pertandingan, suporter menciptakan suasana sedemikian rupa sehingga bisa meningkatkan daya juang klub yang didukung bahkan melemahkan mental klub lawan (budhi.,dkk2023) tanpa kehadiran suporter, atmosfer pertandingan akan terasa hambar dan kehilangan semangat kompetitifnya.

Suporter sepak bola di berbagai negara memiliki karakteristik dan sebutan yang berbeda. Misalnya, di Inggris para penggemar dikenal dengan istilah *Hooligans*, sementara di negara lain mereka memiliki identitas khas sesuai dengan budaya lokal. Chan (2021) menyebutkan

bahwa penggemar sepak bola merupakan kelompok sosial yang terbentuk atas dasar minat yang sama untuk menyaksikan dan mendukung sebuah tim, di mana hubungan antaranggota terjalin karena adanya interaksi sosial dan rasa kebersamaan yang kuat. Di Indonesia, semangat ini juga tercermin dalam berbagai komunitas suporter yang tersebar di berbagai daerah, salah satunya adalah Brigata Curva Sud (BCS), pendukung setia klub PSS Sleman yang berbasis di Yogyakarta.

Brigata Curva Sud dikenal sebagai salah satu kelompok suporter paling solid dan kreatif di Indonesia. Komunitas ini memiliki lebih dari 10.000 anggota yang tergabung dalam 335 subkelompok. BCS terkenal karena kedisiplinan, kekompakan, dan kreativitasnya dalam menciptakan *chant* non-rasis dan koreografi yang unik di tribun stadion. Berkat kreativitas dan loyalitasnya, BCS berhasil menarik perhatian dunia internasional. Pada tahun 2013, BCS masuk dalam daftar lima besar kelompok suporter terbaik dunia versi *ultras-tifo.net*, dan pada tahun 2017 mendapat predikat suporter terbaik di Asia versi Copa90 dalam video “*Top 5 Incredible Asian Ultras*.” Selain mendukung di stadion, BCS juga berperan aktif dalam membangun citra positif suporter Indonesia melalui berbagai kegiatan sosial dan ekonomi, seperti

mendirikan *Curvasud Store*, *Curvasud Culinary*, *Curvasud Event*, serta media internal seperti *Eljah TV*, *Eljah Radio*, dan *Curvasud Magazine*. Sebagian keuntungan dari kegiatan tersebut disumbangkan untuk mendukung PSS Sleman (Rahmawati dkk., 2020). Loyalitas yang ditunjukkan oleh anggota Brigata Curva Sud bukan hanya sekadar dukungan sesaat, melainkan bentuk komitmen dan pengabdian yang mendalam terhadap klub. Mereka tetap hadir mendukung tim, baik dalam kondisi menang maupun kalah, bahkan rela melakukan perjalanan jauh untuk mengikuti pertandingan tandang atau yang biasa disebut *awaydays*. Prinsip mereka yang terkenal, “Ora Muntir,” yang berarti pantang menyerah, menggambarkan semangat dan dedikasi luar biasa yang mereka miliki Sleman (Rahmawati dkk., 2020). Menurut Mahmoudi dan Yazdi (2018), loyalitas suporter merupakan komitmen yang diwujudkan melalui dukungan emosional dan tindakan nyata dalam berbagai situasi. Loyalitas juga tidak muncul karena keuntungan materi, tetapi karena adanya ikatan emosional yang mendalam antara individu dan kelompoknya.

Loyalitas merupakan kesetiaan yang didasarkan pada cinta, yang membuat seseorang merasa tidak perlu mendapatkan imbalan saat berkontribusi untuk orang lain

atau perusahaan yang mereka dukung. (Sitio.,dkk2022). Loyalitas menunjukkan keadaan di mana konsumen melakukan pembelian kembali untuk produk tertentu. Ini adalah elemen penting dalam organisasi, kelompok, atau hubungan antar individu. Pada dasarnya, loyalitas mencakup kesetiaan dan komitmen. Ia berkaitan erat dengan dedikasi dan komitmen terhadap orang lain. Bentuk nyata dari loyalitas adalah sikap saling menghormati dan mempercayai. Loyalitas memiliki nilai yang sangat penting dalam kehidupan. (Kusmaedi.,dkk2022).

Loyalitas dapat dipahami sebagai kesetiaan maupun patuh. Dengan kata lain, loyalitas pada tim sepak bola mencerminkan kesetiaan penggemar atau pendukung terhadap klub yang mereka cintai. Istilah "loyalitas penggemar" merujuk pada hasil dari konsistensi dan dedikasi untuk mendukung serta menunjukkan komitmen kepada tim (Sanaji, 2021). Loyalitas mencerminkan hubungan yang terjalin antara tim dan para pendukungnya (Maderer & Holtbrügge, 2019).

Di balik loyalitas yang kuat, terdapat faktor psikologis yang berperan besar, yaitu *sense of belonging* atau rasa memiliki. Dalam konteks komunitas suporter seperti Brigata Curva Sud, *sense of belonging* menjadi dasar yang memperkuat hubungan antaranggota dan menciptakan solidaritas yang mendalam.

Menurut Afryana (2018), *sense of belonging* adalah perasaan diterima, dihargai, dan dianggap sebagai bagian penting dari kelompok. Individu yang memiliki rasa memiliki tinggi akan merasa nyaman berada di dalam kelompok, menunjukkan komitmen, serta berkontribusi aktif terhadap keberlangsungan komunitas.

Sense of belonging menciptakan rasa kebersamaan dan tanggung jawab sosial di antara anggota komunitas. Dalam BCS, hal ini terlihat dari keterlibatan aktif anggota dalam berbagai kegiatan, baik yang berkaitan dengan dukungan terhadap tim maupun aktivitas sosial. Rasa memiliki ini menumbuhkan ikatan emosional yang kuat dan membuat anggota merasa bangga menjadi bagian dari kelompok. Seperti dijelaskan oleh Hagerty dan Patusky (dalam Guswanto & Sugiasih, 2018), *sense of belonging* mencakup dua dimensi, yaitu *valued involvement* (perasaan diterima dan diakui kontribusinya) serta *fit* (kecocokan nilai antara individu dengan kelompok). Kedua dimensi ini sangat nyata dalam BCS, di mana setiap anggota dihargai, didorong untuk berpartisipasi aktif, dan merasa cocok dengan nilai-nilai yang dipegang bersama seperti kebersamaan, kreativitas, dan semangat tanpa kekerasan.

Sense of belonging memiliki peran yang besar dalam membentuk identitas seseorang dan mendorong mereka untuk berpartisipasi. Rasa memiliki ini bisa diartikan sebagai perasaan seperti di rumah, di mana seseorang merasa diinginkan, dihormati, dihargai, dicintai, diterima, dan nyaman menjadi bagian dari kelompok itu. Selain itu,

rasa memiliki juga mencakup sikap individu yang aktif berpartisipasi dalam kelompok, merasakan dukungan, memiliki perasaan bersama, merasa diikutsertakan, dan merasa cocok, serta aktif memberikan kontribusi dan merasa didengar di lingkungan mereka. (Afryana, 2018) Manusia memang memiliki perasaan ingin diterima. Ini adalah suatu hal yang wajar. Kebutuhan akan penerimaan itu berlaku dimana saja, termasuk di dalam organisasi. Organisasi selalu memiliki sistemnya sendiri, sehingga ketika pertama kali masuk. Seseorang akan dipaksa untuk beradaptasi. Ketika proses beradaptasi ini berjalan. Rasa memiliki terhadap organisasi pun mulai tumbuh. Tumbuhnya *sense of belonging* tidak dapat berdiri sendiri. Organisasi juga harus memfasilitasi hal tersebut, secara tidak langsung ia mulai merasa menjadi bagian didalamnya. Lalu ia akan melihat kondisi sekitar dan mencari cara untuk bisa diterima. Usaha yang dilakukan orang yang apabila dihargai, akan menimbulkan rasa sedih dan empati pada organisasi dan orang yang didalamnya. Sehingga terbentuklah *sense of belonging* dalam dirinya. *Sense of belonging* dalam diri anggota akan memberi dampak positif pada kehidupan organisasi, ia dijadikan sebagai motor untuk kreativitas dan profesionalitas kerja anggota organisasi. (Nasir., dkk 2021)

Meski *sense of belonging* memiliki dampak positif, rasa memiliki yang berlebihan juga bisa menimbulkan perilaku negatif seperti fanatisme berlebihan atau tindakan agresif. Kasus tragedi Kanjuruhan tahun 2022 menjadi

contoh ketika ikatan emosional yang terlalu kuat berujung pada kerusuhan yang memakan korban jiwa (Putrijanti dkk., 2022). Namun, penelitian ini berfokus pada sisi positif dari *sense of belonging*, yaitu bagaimana rasa memiliki yang sehat dapat memperkuat loyalitas suporter Brigata Curva Sud terhadap PSS Sleman. Dengan rasa memiliki yang kuat namun terarah, suporter mampu menunjukkan dedikasi dan solidaritas tinggi tanpa menimbulkan perilaku destruktif. *Sense of belonging* tidak hanya menumbuhkan perasaan diterima, tetapi juga mendorong individu untuk mengambil peran aktif dalam komunitasnya. Seseorang yang memiliki rasa memiliki akan berusaha menjaga nama baik kelompok, berkontribusi dalam kegiatan, serta menunjukkan empati kepada sesama anggota. Dalam konteks Brigata Curva Sud, rasa memiliki ini menjadi landasan terbentuknya loyalitas yang tinggi terhadap klub PSS Sleman. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana *sense of belonging* berperan dalam membentuk loyalitas suporter Brigata Curva Sud PSS Sleman secara positif dan berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan teori dari Husna (2020) loyalitas memiliki lima aspek utama. Aspek pertama adalah kepuasan (*satisfaction*), yaitu perasaan puas yang muncul dari pengalaman positif selama mendukung tim, seperti kesenangan saat menonton pertandingan atau keberhasilan tim. Aspek kedua adalah ikatan emosional (*emotional*

bonding), yang mencerminkan kedekatan emosional dan rasa cinta mendalam antara suporter dengan tim yang didukung. Aspek ketiga adalah kepercayaan (*trust*), yaitu keyakinan suporter terhadap tim dan manajemen bahwa mereka berjuang dengan integritas serta pantas mendapatkan dukungan. Aspek keempat adalah pengurangan pilihan (*choice reduction*), yang menggambarkan komitmen suporter untuk tetap mendukung satu tim tanpa berpindah ke klub lain, meskipun tim sedang mengalami penurunan performa. Aspek kelima adalah kebiasaan dan sejarah (*habit and history*), yaitu pengalaman masa lalu dan rutinitas suporter yang memperkuat keterikatan emosional terhadap tim, seperti kebiasaan hadir di stadion, menyanyikan chant, atau mengikuti kegiatan komunitas. Kelima aspek tersebut saling berhubungan dalam membentuk loyalitas yang stabil dan mendalam pada diri suporter.

Berdasarkan teori Hagerty & Patusky dalam Guswanto & sugiasih(2020) memiliki dua aspek. Aspek pertama adalah *valued involvement*, yaitu sejauh mana individu merasa diterima, dihargai, dan diikutsertakan oleh kelompok. Seseorang dengan *valued involvement* yang tinggi akan merasa kehadirannya bermakna dan memberikan kontribusi bagi kelompoknya. Aspek kedua adalah *fit*, yaitu sejauh mana individu merasa cocok dan sesuai dengan

nilai-nilai, budaya, serta karakteristik kelompok tempat ia bergabung. Ketika seseorang merasakan kesesuaian ini, maka muncul perasaan nyaman dan keterikatan emosional yang kuat terhadap kelompok tersebut. Dalam konteks komunitas suporter Brigata Curva Sud, sense of belonging tercermin melalui rasa kebersamaan, solidaritas, dan keterlibatan aktif dalam setiap kegiatan dukungan terhadap klub PSS Sleman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sense of belonging dengan loyalitas pada suporter Brigata Curva Sud PSS Sleman. Pendekatan kuantitatif digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis hubungan antarvariabel secara objektif dengan data numerik yang dapat diolah menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota aktif komunitas Brigata Curva Sud yang berdomisili di Sleman, Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, di mana partisipan dipilih berdasarkan kriteria tertentu Sugiono (2019). Adapun kriteria partisipan yaitu anggota yang telah tergabung dalam komunitas minimal selama

satu tahun dan aktif mengikuti kegiatan dukungan terhadap klub PSS Sleman. Jumlah partisipan dalam penelitian ini sebanyak 150 orang anggota aktif Brigata Curva Sud.

Teknik pengumpulan data menggunakan dua skala psikologis berbentuk skala Likert dengan lima alternatif jawaban, dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” (Azwar, 2016). Skala sense of belonging disusun berdasarkan teori Hagerty & Patusky dalam Guswanto & sugiasih(2020) yang mencakup dua aspek, yaitu *valued involvement* (keterlibatan yang dihargai) dan *fit* (kecocokan individu dengan kelompok). Sementara itu, skala loyalitas disusun berdasarkan teori dari Husna (2020) yang meliputi lima aspek, yaitu kepuasan (*satisfaction*), ikatan emosional (*emotional bonding*), kepercayaan (*trust*), pengurangan pilihan (*choice reduction*), serta kebiasaan dan sejarah (*habit and history*).

Kedua skala tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa instrumen layak digunakan dalam penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 40 aitem pernyataan pada skala sense of belonging, terdapat 14 aitem yang gugur, sehingga tersisa 26 aitem valid dengan nilai reliabilitas sebesar 0,919. Pada skala loyalitas, dari 40 aitem awal terdapat

16 aitem yang gugur dan tersisa 24 aitem valid dengan nilai reliabilitas sebesar 0,911. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua skala memiliki reliabilitas yang sangat tinggi (Azwar, 2019).

Sebelum dilakukan analisis korelasi, data diuji terlebih dahulu melalui uji normalitas dan uji linearitas untuk memastikan terpenuhinya asumsi analisis. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk melihat apakah data berdistribusi normal. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel *sense of belonging* sebesar 0,200 ($p > 0,05$) dan untuk variabel loyalitas sebesar 0,200 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Priyatno, 2020). Hasil lengkap disajikan pada Tabel 1

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

	Unstandardized Residual
N	150
Asymp. Sig. (2-tailed)	200

Selain itu, dilakukan juga uji linearitas untuk mengetahui apakah hubungan antara *sense of belonging* dan loyalitas bersifat linear. Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai F hitung 67,812, yang berarti terdapat hubungan

linear antara kedua variabel (Ghozali, 2018). Hasil ini dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Data

ANOVA	sig
Table	
Loyalitas dan SOB	Deviation from Linearity
	000

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, yang bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara *sense of belonging* dengan loyalitas suporter Brigata Curva Sud. Analisis ini dipilih karena kedua variabel berskala interval dan memenuhi asumsi normalitas serta linearitas. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 22.0 for Windows untuk mempermudah perhitungan statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan korelasi Product Moment Pearson, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,602$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *sense of belonging* dan loyalitas pada suporter Brigata Curva Sud. Artinya, semakin tinggi tingkat *sense of belonging* yang dimiliki oleh suporter

Brigata Curva Sud, maka semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap PSS Sleman. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,362 menunjukkan bahwa *sense of belonging* memberikan kontribusi sebesar 36,2% terhadap loyalitas suporter, sedangkan sisanya sebesar 63,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa *sense of belonging* berperan penting dalam membentuk loyalitas pada komunitas suporter. Suporter yang merasa memiliki keterikatan emosional dan identitas kelompok yang kuat cenderung menunjukkan komitmen jangka panjang, seperti tetap mendukung tim dalam kondisi menang maupun kalah, serta aktif berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hagerty & Patusky dalam Guswanto & Sugiasih (2020) yang menjelaskan bahwa dimensi *valued involvement* dan *fit* dalam *sense of belonging* dapat memperkuat persepsi individu terhadap kesesuaian peran dan nilai dirinya dalam kelompok, sehingga menumbuhkan loyalitas dan komitmen yang mendalam.

Selain itu, temuan ini juga didukung oleh teori Husna (2020) yang menyebutkan bahwa loyalitas dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu *satisfaction*, *emotional bonding*, *trust*, *choice reduction*, *habit*, dan

history with company. Dalam konteks Brigata Curva Sud, aspek-aspek tersebut tampak melalui kepuasan dalam mendukung klub, ikatan emosional yang kuat antaranggota, kepercayaan terhadap manajemen tim, serta kebiasaan dan sejarah panjang keterlibatan mereka dengan PSS Sleman.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sense of belonging* yang tinggi mendorong loyalitas yang kuat pada suporter Brigata Curva Sud. Rasa memiliki terhadap komunitas dan tim membuat para anggota merasa menjadi bagian penting dari identitas kolektif PSS Sleman, yang pada akhirnya memperkuat dedikasi dan konsistensi mereka dalam memberikan dukungan, baik secara emosional maupun tindakan nyata.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *sense of belonging* dengan loyalitas pada suporter Brigata Curva Sud PSS Sleman. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi Pearson yang menunjukkan nilai $r = 0,602$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,362. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *sense of belonging* berkontribusi sebesar 36,2% terhadap terbentuknya loyalitas suporter

Brigata Curva Sud, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Artinya, semakin tinggi rasa memiliki yang dimiliki oleh anggota Brigata Curva Sud terhadap komunitas dan klubnya, semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka terhadap PSS Sleman.

Temuan ini menegaskan bahwa *sense of belonging* memiliki peran penting dalam membangun komitmen dan kesetiaan anggota komunitas suporter. Rasa memiliki yang kuat menumbuhkan semangat kebersamaan, keterlibatan aktif, dan tanggung jawab terhadap identitas kelompok, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas yang sehat dan konstruktif di antara para anggota Brigata Curva Sud.

Saran

Bagi pihak manajemen klub PSS Sleman dan komunitas Brigata Curva Sud, diharapkan dapat terus mengembangkan kegiatan yang memperkuat rasa kebersamaan, identitas sosial, dan kebanggaan anggota terhadap klub. Kegiatan seperti pelatihan kreativitas koreografi, forum diskusi antaranggota, dan kegiatan sosial bersama dapat memperkuat *sense of belonging* serta menumbuhkan loyalitas yang positif dan berkelanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi loyalitas suporter, seperti kepuasan terhadap performa tim,

identitas sosial, pengaruh media sosial, atau keterlibatan emosional dengan komunitas daring. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam makna subjektif *sense of belonging* dan loyalitas dalam komunitas suporter sepak bola.

DAFTAR PUSTAKA

- Afryana, S. D. (2018). *Pengaruh sense of belonging terhadap employee engagement*. Jurnal Indonesia Membangun, 17(2), 1–13.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan validitas*. Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2022). *Metode penelitian psikologi*. Edisi 2. Pustaka Pelajar.
- Elahi, A., Mahmoudi, B., & Akbari Yazdi, H. (2018). *The impact of team reputation and team quality on the loyalty of the fans of Iranian national volleyball team: A mediating role of satisfaction*. Annals of Applied Sport Science, 6(4), 39–48.
- Guswanto, I., & Sugiasih, I. (2018). *Hubungan rasa memiliki dan komitmen dengan motivasi berprestasi pemain futsal*. Proyeksi: Jurnal Psikologi, 13(2), 144–155.
- Hidayat, F., & Sitio, V. S. S. (2022). *Pengaruh motivasi dan budaya organisasi terhadap loyalitas karyawan pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Area Rawalumbu, Kota Bekasi*. Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen, 3(1), 1–13.
- Husna, I. (2020). *Peran kepuasan dan keterikatan emosional pada loyalitas pelanggan (Studi pada anggota*

- Persebaya Selamanya*). Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2), 599–605. Universitas Negeri Surabaya.
- Ilhami, M. F. D., Hayani, H., Rachmah, E. N., & Budhi, S. (2023). *Hubungan antara fanatisme dengan agresi verbal di media sosial supporter Persebaya Surabaya*.
- 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.
- Kusmaedi, N., Sutresna, N., & Suharto, T. (2022). *Nilai-nilai loyalitas dalam organisasi olahraga*. Jurnal Pendidikan Olahraga dan Kesehatan, 10(1), 45–53.
- Laban, S. F., Alsaudi, A. T., & Chan, A. A. S. (2021). *Fanatisme supporter tim Persipura di Jabodetabek*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan STKIP Kusuma Negara III, 83–90.
- Latifah, L., Pohan, R. A., & Nasir, M. (2021). *Gambaran sense of belonging mahasiswa program studi bimbingan dan konseling Islam*. CONSILIUM: Berkala Kajian Konseling dan Ilmu Keagamaan, 8(1), 35–46. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/consilium/article/view/10197>
- Mardiansyah, A. R. (2025). *Dinamika klub sepak bola Semen Padang di Kota Padang Sumatera Barat tahun 1980–2023*. Jurnal Intelek Insan Cendikia, 2(4), 6109–6119.
- Niatami, S. D., Noyanta, L., & Rachmawati, O. (2020). *Analisis program integrated communication komunitas Brigata Curva Sud (BCS) dalam membentuk kesadaran supporter sepak bola PSS Sleman*. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, 4(2), 109–117.
- Sugiono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Utama, K. W., Sukmadewi, Y. D., Saraswati, R., & Putrijanti, A. (2022). *Tragedi Kanjuruhan dan penyalahgunaan wewenang dalam pelaksanaan prosedur administrasi negara*. Masalah-Masalah Hukum, 51(4), 414–421.