

REPRESENTASI *SUPPORTER* PEREMPUAN TIMNAS INDONESIA DI TIKTOK: STUDI NETNOGRAFI PADA TAGAR #ULTRASSEBLAK

¹Nadya Nareswari Azvandara, ²Maulana Arief, ³Beta Puspitaning Ayodya

^{1, 2, 3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

azvandara@gmail.com

Abstrak

Pelabelan *gender* terhadap perempuan dalam konteks olahraga dan media sosial mencerminkan bias yang masih mengakar dalam masyarakat. Penelitian ini mengkaji fenomena #UltrasSeblak di TikTok, sebuah label yang dilekatkan pada perempuan *supporter* Timnas Indonesia, sering dikaitkan dengan stereotip negatif seperti tren semata atau ketidakautentikan dalam memahami sepak bola. Tujuan penelitian adalah menganalisis representasi perempuan melalui label tersebut serta mengidentifikasi bias *gender* yang terkandung di dalamnya. Metode yang digunakan adalah netnografi dengan pendekatan teori representasi Stuart Hall, memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap interaksi dan makna dalam konten TikTok terkait #UltrasSeblak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label ini tidak hanya merefleksikan dinamika *gender* dalam komunitas sepak bola yang maskulin, tetapi juga memperkuat stereotip yang merendahkan peran perempuan sebagai *supporter*. Kesimpulan penelitian menggarisbawahi perlunya dekonstruksi stereotip *gender* dalam ruang digital serta strategi komunikasi yang lebih inklusif untuk mendukung kesetaraan dalam fandom sepak bola.

Kata kunci: Perempuan, Sepak Bola, Tiktok, Stereotip *Gender*, Netnografi

Abstract

Gender labeling of women in the context of sports and social media reflects deeply rooted societal biases. This study examines the phenomenon of #UltrasSeblak on TikTok, a label attached to female supporters of the Indonesian National Team (Timnas Indonesia), often associated with negative stereotypes such as being trend-followers or lacking authentic understanding of football. The research aims to analyze the representation of women through this label and identify the underlying gender biases. The study employs a netnographic method, supported by Stuart Hall's representation theory, enabling an in-depth exploration of interactions and meanings within TikTok content related to #UltrasSeblak. Findings reveal that the label not only reflects gender dynamics in the masculine-dominated football community but also reinforces demeaning stereotypes about women's roles as supporters. The study concludes by emphasizing the need to deconstruct gender stereotypes in digital spaces and develop more inclusive communication strategies to promote equality in football fandom.

Keywords: Women, Football, Tiktok, Gender Stereotypes, Netnography

Pendahuluan

Pelabelan *gender* dalam ranah sosial telah menjadi isu krusial di era *digital*, yang mencerminkan bias dan prasangka struktural yang masih melekat dalam masyarakat. Perempuan kerap dinilai berdasarkan standar yang tidak adil, terutama dalam konteks olahraga yang secara historis didominasi oleh laki-laki, seperti sepak bola (Muharani et al., 2021). Kompleksitas fenomena ini semakin meningkat di media sosial, khususnya dengan munculnya label #UltrasSeblak di platform TikTok. Label tersebut menyematkan stereotip negatif pada perempuan *supporter* Timnas Indonesia, yang dianggap sekadar pengikut tren tanpa pemahaman mendalam terhadap sepak bola. Lebih jauh, label ini tidak hanya merefleksikan dinamika *gender*, tetapi juga terkait dengan konteks budaya lokal, di mana “seblak” — makanan khas Sunda — berfungsi sebagai metafora *gender*. Stereotip semacam ini merendahkan eksistensi perempuan sebagai *fans* sepak bola, sekaligus secara paradoks mengindikasikan adanya pergeseran norma *gender* dalam ruang yang secara tradisional bersifat maskulin.

Kajian terdahulu mengenai representasi *gender* dalam olahraga dan media sosial cenderung memisahkan kedua ranah tersebut, sehingga meninggalkan ruang untuk kajian yang lebih kontekstual dan holistik (Aprianti & Wendari, 2023). Studi tentang *fans* perempuan sepak bola umumnya berfokus pada konteks Barat dan kurang memperhatikan fenomena *digital* lokal seperti #UltrasSeblak yang unik karena menggabungkan budaya Indonesia, tren media sosial, dan *fandom* olahraga. Walaupun Muharani (2021) telah meneliti peran perempuan dalam sepak bola Indonesia, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji representasi perempuan *supporter* Timnas Indonesia. Demikian pula, Adawiyah (2020) menganalisis pertumbuhan TikTok, namun belum membahas peran platform tersebut dalam membentuk komunitas olahraga yang *bergender*. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut dengan mengintegrasikan pendekatan etnografi *digital* dan analisis budaya.

Kerangka teoretis menjadi pijakan penting dalam membedah fenomena ini. Teori representasi Stuart Hall memberikan landasan analitis untuk memahami bagaimana #UltrasSeblak memproduksi makna melalui bahasa dan stereotip, yang mendefinisikan representasi sebagai proses konstruksi makna dari konsep yang dipikirkan seseorang melalui bahasa (Krisandria, 2024). Hall membagi representasi ke dalam tiga pendekatan,

yaitu *reflective approach*, *intentional approach*, dan *constructive approach* (Husna & Fahrimal, 2021), yang sangat relevan untuk mengurai dinamika kekuasaan dalam praktik pelabelan *gender*. Secara metodologis, netnografi menawarkan lensa yang tepat untuk meneliti TikTok sebagai komunitas digital di mana identitas dan bias diperdebatkan secara performatif (Kozinets, 2015). Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Shania (2024) yang menekankan efektivitas netnografi dalam mempelajari interaksi budaya siber.

Fitur *virality* dan interaktivitas TikTok menjadikannya ruang yang subur bagi representasi *gender* (Adawiyah, 2020). Konten sepak bola mendominasi TikTok Indonesia (Pramana & Triantoro, 2024), namun partisipasi *fans* perempuan kerap direndahkan melalui pelabelan seperti #UltrasSeblak. Karakter *visual* dan partisipatif *platform* ini memperkuat stereotip, yang tercermin dalam video-video yang mengejek pengetahuan sepak bola perempuan atau mereduksi *fandom* mereka sebagai sekadar ikut-ikutan. Representasi tersebut beresonansi dengan konsep FoMO (*Fear of Missing Out*), yang menggambarkan dukungan perempuan sebagai impulsif ketimbang autentik.

Urgensi penelitian ini terletak pada persinggungan unik antara *gender*, budaya *digital*, dan konteks budaya lokal. Meskipun perjalanan Kualifikasi Piala Dunia Timnas Indonesia 2026 telah banyak didokumentasikan, kajian yang mengkaji bagaimana *fans* perempuan menavigasi ruang maskulin di TikTok masih sangat terbatas. Fenomena #UltrasSeblak mencerminkan ketegangan yang lebih luas, yaitu upaya menantang dominasi laki-laki dalam *fandom* sepak bola sekaligus memperkuat stereotip yang bersifat regresif. Dengan mengadopsi pendekatan netnografi, penelitian ini mampu menangkap interaksi *digital* secara real-time yang sering terlewat oleh metode penelitian konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bagaimana perempuan *supporter* Timnas Indonesia direpresentasikan melalui label #UltrasSeblak yang muncul dalam kolom komentar di TikTok. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi strategi inklusif dalam komunitas sepak bola dan kebijakan yang mendukung kesetaraan *gender*. Mengingat sorotan internasional yang semakin meningkat terhadap Timnas Indonesia, upaya mengatasi pelecehan berbasis *gender* dalam budaya *fans* menjadi sangat penting untuk menciptakan ruang yang lebih adil dan inklusif. Selain itu, penelitian ini turut memajukan metodologi netnografi dengan mengadaptasikannya pada lanskap *digital* Indonesia yang khas.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan representasi perempuan *supporter* Timnas Indonesia yang dilabeli dengan tagar #UltrasSeblak di *platform* TikTok. Metode yang digunakan adalah netnografi, sebuah pendekatan kualitatif yang diperkenalkan oleh Robert Kozinets, profesor dari Northwestern University. Berbeda dengan etnografi tradisional yang mengandalkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan, netnografi memanfaatkan ruang *digital* sebagai sumber data primer, memungkinkan peneliti mengamati perilaku dan interaksi pengguna secara tidak langsung tanpa kehadiran fisik (Kozinets, 2015). Dalam praktiknya, netnografi dilakukan secara daring melalui pengumpulan data, analisis, dan pengamatan terhadap konten yang diunggah (Aprilianti et al., 2024). Sebagaimana dikemukakan Kozinets dalam Sumartono (2018), jutaan individu terhubung dalam jaringan maya yang kompleks, membentuk fenomena sosial yang khas di dunia *digital*. Sejak diperkenalkan pada tahun 1995, netnografi telah berkembang menjadi metodologi kualitatif yang efektif untuk mempelajari fenomena budaya di ranah *digital* (Sumartono, 2018).

Kozinets menjelaskan bahwa netnografi bertujuan memahami pengalaman budaya yang tercermin melalui jejak-jejak daring, praktik sosial, dan jaringan interaksi (Noviani & Wijayanti, 2022). Dengan memanfaatkan media dan *platform digital*, peneliti dapat mengumpulkan data yang memungkinkan pemahaman mendalam tentang budaya digital serta partisipasi pengguna dalam diskursus publik. Dalam pengumpulan data menggunakan metode netnografi, terdapat beberapa tahapan utama seperti yang dijelaskan oleh Kozinets dan dikutip dalam buku Metode Netnografi karya Eriyanto (2021). Tahap awal adalah proses investigasi yang mencakup penyederhanaan data, dimana peneliti memilih dua konten TikTok dengan tagar #UltrasSeblak berdasarkan tingkat keterlibatan tertinggi, dilihat dari jumlah komentar, *likes*, dan *views*. Selanjutnya, tahap pencarian data dilakukan dengan mengunduh komentar-komentar pada kedua konten tersebut menggunakan perangkat lunak Tapicker, yang dipilih karena kemampuannya melakukan *scraping* data secara efisien dari *platform* media sosial seperti TikTok. Penggunaan Tapicker memungkinkan pengumpulan data secara otomatis dan lengkap, sehingga diperoleh 1.032 komentar yang siap dianalisis. Tahap berikutnya adalah pemilahan komentar menggunakan Microsoft Excel untuk memisahkan komentar yang relevan dengan fokus penelitian dari yang tidak relevan. Seleksi lebih lanjut dilakukan terhadap komentar yang berhubungan dengan tagar #UltrasSeblak dan kata-kata yang berkaitan dengan representasi perempuan *supporter* Timnas Indonesia. Data yang telah diseleksi kemudian disimpan dalam aplikasi analisis untuk proses pengolahan selanjutnya.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, analisis data netnografi difokuskan pada tahap integrasi data yang menjadi kunci untuk memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut.

Tahap 1: Familiarisasi Data

Pada tahap awal, peneliti melakukan pembiasaan diri dengan seluruh data yang telah terkumpul. Proses ini meliputi penelaahan video secara berulang untuk mengidentifikasi pola visual dan naratif, serta pengamatan mendalam terhadap komentar-komentar yang ada guna menangkap nuansa diskusi dan sentimen audiens. Selain itu, peneliti membuat catatan imersi untuk merekam refleksi subjektif yang muncul selama interaksi dengan data.

Tahap 2: Pengodean Awal

Setelah memahami data secara menyeluruh, peneliti melanjutkan dengan proses pengodean awal terhadap komentar-komentar yang berasal dari dua konten TikTok yang menjadi fokus penelitian, yaitu akun @momenlita dan @cocol.tv yang menggunakan tagar #UltrasSeblak. Dari total komentar yang terkumpul, setelah melalui proses seleksi dan penyaringan yang ketat, diperoleh sebanyak 190 komentar yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Setiap komentar kemudian diringkas esensinya untuk menangkap inti gagasan atau pesan yang disampaikan audiens terkait representasi perempuan *supporter* Timnas Indonesia.

Proses pengodean dilakukan dengan membagi data ke dalam tiga kolom utama: nomor kode, komentar asli, dan interpretasi awal dari komentar tersebut. Penting untuk dicatat bahwa proses pengodean ini menuntut pemahaman mendalam terhadap konteks budaya digital TikTok, termasuk istilah-istilah slang, singkatan, dan penggunaan emoji yang memiliki makna kontekstual tersirat. Dengan penguasaan budaya digital tersebut, peneliti mampu menginterpretasikan komentar secara akurat dan tepat. Dari proses ini, teridentifikasi enam kategori pengodean yang kemudian menjadi dasar analisis dan pembahasan temuan yaitu, Label Negatif, Pelecehan Verbal, Kurang Paham Sepak Bola, Fanatisme, Dukungan yang berlebihan dan fanatik, Fokus pada Pemain Tertentu, FOMO (*Fear of Missing Out*) / Ikut-Ikutan

Tahap 3: Identifikasi Tema

Pada tahap ini, peneliti mengamati pola-pola hubungan antar kode yang muncul dan mengelompokkan kode-kode yang memiliki kesamaan makna ke dalam tema-tema utama.

Stigma dan Stereotip Negatif terhadap Perempuan <i>Supporter</i> Sepak Bola	Fanatisme dan Persepsi Negatif atas Dukungan	FOMO dan Ikut-Ikutan dalam Komunitas <i>Supporter</i>
Definisi: Tema ini mencakup segala bentuk pelabelan, prasangka, dan pandangan negatif yang dilekatkan kepada perempuan yang menjadi <i>supporter</i> sepak bola. Stigma dan stereotip ini muncul dalam berbagai bentuk, seperti anggapan bahwa perempuan tidak memahami sepak bola, dianggap hanya ikut-ikutan, atau tidak layak berada di lingkungan komunitas suporter sepak bola. Tema ini juga mencakup diskriminasi verbal, pelecehan, dan perlakuan tidak adil yang diterima perempuan di ruang digital maupun nyata sebagai bagian dari komunitas suporter.	Definisi: Tema ini menggambarkan bagaimana perempuan <i>supporter</i> sepak bola sering kali dipersepsikan secara negatif karena dianggap terlalu fanatik, berlebihan dalam mendukung, atau hanya fokus pada pemain tertentu. Persepsi ini dapat menimbulkan anggapan bahwa dukungan mereka tidak tulus atau hanya didorong oleh alasan tertentu (misal: ketertarikan pada pemain, bukan pada tim). Tema ini juga mencakup dinamika internal dalam komunitas suporter terkait cara perempuan menunjukkan dukungan mereka.	Definisi: Tema ini menyoroti fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dan kecenderungan ikut-ikutan yang dialami sebagian perempuan dalam komunitas <i>supporter</i> sepak bola. Keterlibatan mereka seringkali dipersepsikan bukan karena kecintaan sejati terhadap sepak bola, melainkan karena ingin menjadi bagian dari tren atau komunitas yang sedang populer. Hal ini dapat memunculkan stigma baru bahwa perempuan hanya ingin eksis atau mencari perhatian di lingkungan komunitas suporter.
Sumber: Olahan Peneliti (2025)		

Tahap 4: Peninjauan Tema

Peneliti melakukan peninjauan ulang terhadap tema-tema yang telah terbentuk untuk memastikan relevansi dan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

1. Stigma dan Stereotip Negatif terhadap Perempuan *Supporter* Sepak Bola

Tema ini mengungkap bagaimana perempuan suporter sering kali menghadapi pandangan yang merendahkan dan prasangka yang tidak berdasar. Mereka dianggap kurang memahami sepak bola, hanya sebagai “pemanis” atau sekadar ikut-ikutan, dan tidak serius seperti *supporter* laki-laki. Stereotip ini berakar pada pandangan patriarkis yang menganggap sepak bola sebagai domain laki-laki, sehingga perempuan harus terus membuktikan diri dan menghadapi diskriminasi verbal maupun sosial. Selain itu, perempuan suporter juga kerap menjadi sasaran pelecehan yang semakin memperkuat stigma dan membatasi ruang partisipasi mereka.

2. Fanatisme dan Persepsi Negatif atas Dukungan

Perempuan *supporter* sepak bola sering dipersepsikan secara negatif karena dianggap fanatik berlebihan atau dukungannya kurang tulus. Dukungan mereka seringkali disalahartikan sebagai

ketertarikan pada pemain tertentu berdasarkan penampilan fisik, bukan kecintaan sejati terhadap olahraga. Persepsi ini menimbulkan anggapan bahwa dukungan perempuan bersifat sementara dan tidak autentik, sehingga mereka harus menghadapi beban stereotip tambahan yang memperkuat jarak sosial dengan komunitas suporter laki-laki.

3. FOMO dan Ikut-Ikutan dalam Komunitas *Supporter*

Fenomena ini menggambarkan pandangan bahwa perempuan hanya ikut-ikutan dalam komunitas *supporter* sepak bola karena takut ketinggalan tren atau ingin eksis di media sosial. Keterlibatan mereka sering dipandang kurang serius dan didorong oleh motivasi sosial semata, bukan kecintaan mendalam terhadap sepak bola. Persepsi ini menambah kompleksitas stigma yang dialami perempuan, sekaligus menunjukkan bagaimana tekanan sosial memengaruhi cara mereka berpartisipasi dalam komunitas suporter.

Ketiga tema tersebut saling berkaitan dan menggambarkan tantangan sosial dan budaya yang dihadapi perempuan *supporter* sepak bola di Indonesia. Stigma dan stereotip negatif menunjukkan bahwa perempuan masih sering dipandang sebelah mata dan mengalami diskriminasi dalam komunitas suporter yang didominasi laki-laki. Persepsi negatif terkait fanatisme menandakan bahwa dukungan perempuan sering disalahartikan dan tidak dianggap autentik. Sementara itu, fenomena FOMO dan anggapan ikut-ikutan memperlihatkan bagaimana keterlibatan perempuan dalam komunitas *supporter* kerap dipandang kurang serius, yang menambah kompleksitas stigma yang mereka hadapi. Temuan ini menggarisbawahi perlunya upaya untuk menciptakan ruang fandom yang lebih inklusif dan menghargai keberagaman partisipasi *gender*.

Dalam menganalisis hasil penelitian ini, Teori Representasi Stuart Hall menjadi teori yang sangat relevan untuk memahami bagaimana makna dan identitas perempuan *supporter* sepak bola dibentuk serta dikomunikasikan dalam ranah digital maupun dunia nyata. Hall menegaskan bahwa representasi bukanlah proses yang netral, melainkan selalu terikat pada konteks sosial, budaya, dan sejarah yang melingkupinya. Tiga pendekatan representasi yang dikemukakan—*reflective approach*, *intentional approach*, dan *constructive approach*—menjadi alat analisis yang efektif untuk menguraikan dinamika representasi perempuan *supporter* sepak bola yang ditemukan. ***Reflective approach*** menempatkan representasi sebagai cerminan realitas sosial yang ada, di mana stigma dan stereotip negatif terhadap perempuan suporter mencerminkan pandangan patriarkis dan diskriminatif yang masih mendominasi komunitas suporter. Sementara itu, ***intentional approach*** menyoroti makna representasi yang berasal dari niat pembuat konten, seperti persepsi negatif atas fanatisme perempuan yang sering kali merupakan ekspresi subjektif dari pengguna media sosial.

Selanjutnya, ***constructive approach*** menekankan bahwa representasi merupakan hasil konstruksi makna yang terjadi secara dialektis antara pencipta dan penerima tanda. Pendekatan ini sangat relevan dalam memahami fenomena FOMO dan pelabelan “ikut-ikutan” yang dialami perempuan *supporter*, di mana makna tersebut tidak hanya berasal dari niat pembuat konten, tetapi juga merupakan hasil negosiasi makna dalam interaksi sosial di ruang digital. Dengan demikian, representasi perempuan *supporter* sepak bola bersifat dinamis dan terus berkembang melalui proses negosiasi ini. Secara keseluruhan, ketiga pendekatan Hall ini saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana perempuan direpresentasikan melalui stigma, persepsi negatif, dan pelabelan, yang bukan sekadar cerminan realitas, melainkan juga produk konstruksi sosial yang kompleks. Pemahaman ini penting untuk mengkaji bagaimana identitas dan stigma perempuan dalam fandom sepak bola dapat dipertahankan maupun ditantang melalui praktik representasi di media sosial dan ruang publik lainnya.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan sebagai *supporter* sepak bola di ruang *digital*—khususnya melalui *platform* TikTok dengan tagar #UltrasSeblak—menunjukkan kompleksitas konstruksi makna yang sarat dengan stigma, stereotip, dan pelabelan negatif. Perempuan *supporter* kerap menghadapi berbagai tantangan berupa pandangan yang merendahkan, diskriminasi, serta persepsi negatif yang meragukan kesungguhan dan motivasi mereka dalam mendukung tim sepak bola. Temuan penelitian ini mengidentifikasi tiga tema utama, yakni stigma dan stereotip negatif, persepsi fanatisme yang berlebihan, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan kecenderungan ikut-ikutan dalam komunitas *supporter*. Ketiga tema tersebut saling berkelindan dan mencerminkan bagaimana perempuan *supporter* sepak bola direpresentasikan secara bias dan tidak objektif dalam konteks sosial budaya yang masih didominasi oleh norma patriarkal.

Sebagai saran, secara teoritis penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi kajian lanjutan yang lebih mendalam mengenai representasi *gender* dalam *fandom* olahraga. Secara praktis, hasil penelitian ini mendorong komunitas suporter dan pengelola *platform* media sosial untuk mengembangkan strategi yang lebih inklusif dan menghargai keberagaman partisipasi *gender* dalam dunia olahraga. Upaya edukasi dan kampanye kesadaran juga perlu ditingkatkan guna mengurangi stigma dan diskriminasi terhadap perempuan *supporter* sepak bola, sehingga tercipta ruang *fandom* yang lebih adil dan ramah bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2023). Fenomena Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 207–216. <https://doi.org/10.17509/jpm.v8i2.58866>
- Aprilianti, D. F., Palupi, M. T. F., & Ayodya, B. P. (2024). Upaya Pemberdayaan Perempuan Dalam Dunia Digital (Studi Netnografi Pada Komunitas Online @Indonesianwomenleague). *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 02(02), 555–562. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/4598/2546>
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi (Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial)* (N. Asri (ed.); 1st ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Representasi Perempuan Berdaya pada Akun Instagram @rachelvennya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 131. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3801>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*.
- Krisandria, A. (2024). *Representasi Pesan Edukasi “Nilai-Nilai Karakter” Pada Channel Youtube Kimbab Family*.
- Muharani, A., Febriani, L., & Saputra, P. P. (2021). Perempuan dalam Komunitas Suporter Sepak Bola The Babel Mania. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 1(2). <http://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains>
- Noviani, A., & Wijayanti, S. (2022). *Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomsindonesia)*.
- Pramana, M. A., & Triantoro, D. A. (2024). Budaya Anak Muda, Globalisasi, dan Hiburan Populer. *Scriptura*, 14(1), 49–58. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.49-58>
- Shania, V. A., Palupi, M. T. F., & Kusumaningrum, H. (2024). Analisis Netnografi Akulturasi Budaya Pada Pengguna Aplikasi Kencan Online Bumble Di Usia Dewasa Awal. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 02(01), 951–960. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/4452/2410>
- Sumartono, S. (2018). Semantik dan netnografi sebagai pendekatan penelitian untuk perancangan kembali (redesign) sebuah produk. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 3(3), 95–100. <https://doi.org/10.24821/productum.v3i3.1925>