

ABSTRAK

Basis supporter PSS Sleman, yaitu Brigatta Curva Sud (BCS) menjadi pelopor supporter Indonesia yang mulai melangkah untuk membantu klub yang mereka dukung. Aksi nyata tersebut berupa kampanye “*No Ticket No Game*”, yang memiliki makna bahwa setiap penonton yang ingin menikmati pertandingan di stadion harus membayar tiket. Kampanye ini muncul atas kesadaran supporter melihat pendapatan terbesar klub adalah dari tiket penonton. BCS ingin mengelola fanatisme dengan benar, yang berdampak positif bagi klub kebanggaannya. Penelitian ini disusun dengan menggunakan jenis studi deskriptif, yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan suatu karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti secara fokus pada pertanyaan dasar “bagaimana” dengan berusaha mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta secara teliti, jelas, terperinci, dan efektif. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan in-depth-interview dengan supporter PSS Sleman, Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber, dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan analisis dan memahami persepsi supporter PSS Sleman dapat disimpulkan bahwa persepsi positif dari para supporter PSS Sleman dapat menjadi acuan untuk kiblat para supporter dan klub lain di Indonesia menirunya. Menurut peneliti Inovasi dari kampanye *no ticket no game* memang bukan perkara hal yang mudah namun itu menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan kemajuan dari setiap program atau rencana. Dengan adanya inovasi dalam kampanye yang beragam di tiap tahunnya bukan tidak mungkin seluruh elemen supporter di Indonesia akan meniru dan mengkampanyekan *no ticket no game*.

Kata Kunci : Persepsi, Suporter, PSS Sleman, Kampanye, No Ticket No Game

ABSTRACT

PSS Sleman's supporter base, namely Brigatta Curva Sud (BCS), became the pioneer of Indonesian supporters who started to step in to help the clubs they support. The real action is in the form of the "No Ticket No Game" campaign, which means that every spectator who wants to enjoy the match at the stadium must pay a ticket. The campaign that arose out of awareness supporters saw that the club's biggest revenue was from ticket audiences. BCS wants the organization of fanaticism to be true, which has a positive impact on its club of pride. This research is structured using a descriptive type of study, namely a method that aims to describe a fact of a symptom or problem understudy with a focus on the basic questions "how" by trying to get and convey the facts are thorough, clear, and effective. In collecting data, the researcher conducted in-depth interviews with PSS Sleman supporters. The validity of the data was tested using triangulation of sources, by checking the data that had been obtained through several sources. By analyzing and understanding the perceptions of the PSS Sleman supporters, it can be shown that the positive perceptions of the PSS Sleman supporters can be a reference for supporters and other clubs in Indonesia to imitate. According to the innovation researcher from the ticketless campaign, no game is not an easy matter, but it is one of the keys to increasing the progress of any program or plan. With the innovation in various campaigns every year, it is not impossible that all elemental supporters in Indonesia will cause and campaign for no