

**HALAMAN JUDUL**

**PERSEPSI *FOLLOWERS* ATAS KONTEN VISUAL PSS**

**SLEMAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**@PSSLEMAN**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)**

**Oleh:**

**MADE IRAWAN WAHYU PRADIPTA**

**150905744/KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Sang Hyang Widhi Wasa atas segala berkat dan karunia sehingga Skripsi yang berjudul **PERSEPSI FOLLOWERS ATAS KONTEN VISUAL PSS SLEMAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PSSLEMAN** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi. Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Banyak beraneka ragam faktor yang mempengaruhi perjalanan dalam pembuatan skripsi ini. Namun atas segala kekuatan yang diberikan oleh Sng Hyang Widhi Wasa dan keterlibatan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat melalui semuanya hingga terselesaikannya tugas akhir dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sang Hyang Widhi Wasa yang telah memberikan kehidupan, kekuatan, kesehatan sehingga dapat memompa motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir secara maksimal.
2. Mama, Papa, dan Kakak tercinta selaku orang tua dan sponsor utama yang menuangkan dan memberikan banyak emosi, materi, serta kasih sayang pada penulis sejak penulis tergabung dalam dunia ini.
3. Ibu Ina Nur Ratriyana dan Bapak Ranggabumi Nuswantoro selaku dosen pembimbing dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih segala masukan, serta setiap detik yang telah diberikan untuk membimbing saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Teruntuk TEMAN SAHABAT SEPERJUANGAN selama melaksanakan kuliah di FISIP Atma Jaya Yogyakarta yang memberikan suasana hingga aktivitas yang menyenangkan untuk dijadikan tempat belajar dan bermain.
5. Kepada semua pihak dan nama yang belum saya sematkan dalam penulisan kata pengantar ini. *Terima Kasih!*

## HALAMAN PERSETUJUAN

### Persepsi Followers Atas Konten Visual PSS Sleman Di Media Sosial Instagram @pssleman

#### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

MADE IRAWAN WAHYU PRADIPTA

No. Mhs : 150905744/KOM

disetujui oleh :



Ranggabumi Nuswantoro, MA.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERSEPSI *FOLLOWERS* ATAS KONTEN VISUAL PSS  
SLEMAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PSSSLEMAN

Penyusun : Made Irawan Wahyu Pradipta  
NPM : 150905744

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada  
Hari / Tanggal : 05 Juli 2022  
Pukul : 11.00 WIB  
Tempat : Ruang Ujian II Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

**Dr. G. Arum Yudarwati S.I.P., M. Mktg. Comm**  
Penguji Utama



**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**  
Penguji I



**Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom**  
Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

# PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Made Irawan Wahyu Pradipta

NPM : 150905744

Program Studi : SIlmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : “PERSEPSI *FOLLOWERS* ATAS KONTEN VISUAL PSS SLEMAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PSSLEMAN”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 Juni 2022  
Saya yang menyatakan



Made Irawan Wahyu Pradipta

MADE IRAWAN WAHYU PRADIPTA

No. Mhs : 150905744/KOM

**PERSEPSI *FOLLOWERS* ATAS KONTEN VISUAL PSS SLEMAN DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PSSLEMAN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini berjudul “Persepsi Followers Atas Konten Visual PSS Sleman Di Media Sosial Instagram @pssleman”. Merupakan studi deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi *followers* atas konten visual PSS Sleman di media sosial Instagram @pssleman. Literatur yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah komunikasi, komunikasi massa, persepsi, media massa, media baru, dan instagram. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian dalam bentuk survey yaitu metode penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @pssleman sebanyak 615.000 pengikut. Sampel menggunakan rumus Slovin dengan presisi sebesar 10%. Dari rumus tersebut, diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan metode non-probability sampling. Teknik pengumpulan data adalah metode kuesioner (Field Research). Sedangkan analisis data dilakukan melalui tabel tunggal dengan menggunakan program SPSS versi 16.0.

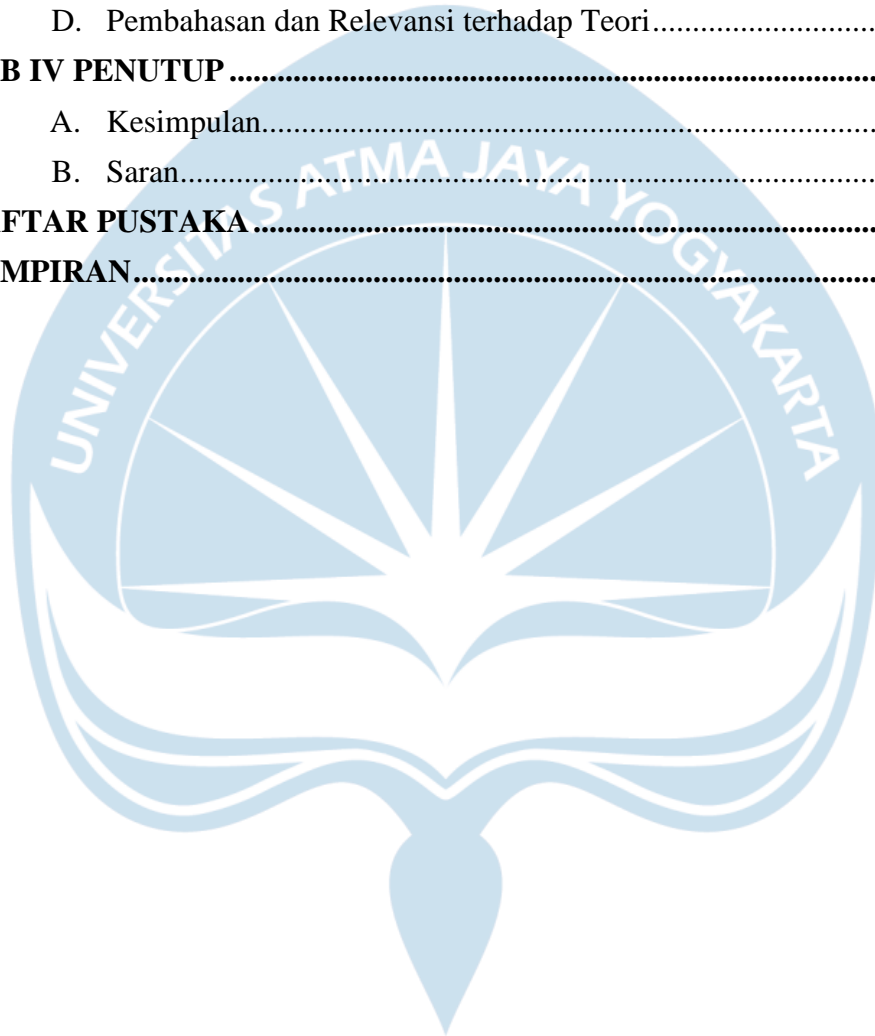
Berdasarkan hasil penelitian, tampilan konten foto dan video pada Instagram @pssleman tersampaikan secara lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi lebih dari 91% responden setuju. Sebanyak lebih dari 87% responden memberi perhatian terhadap konten visual PSS Sleman. Sedangkan persepsi respondennya adalah informasi yang disampaikan pada konten visual Instagram @pssleman memberikan manfaat dan mengetahui peran sebagai media sosial PSS Sleman, lebih dari 50% respondennya merasakan bahwa konten visual PSS Sleman pada media sosial Instagram membantu mereka dalam pencarian informasi mengenai tim sepakbola PSS Sleman

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Persepsi, Media Baru, Instagram, PSS Sleman, @pssleman

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Kerangka Teori.....	12
1. Komunikasi .....	14
2. Komunikasi Massa .....	22
3. Persepsi.....	25
4. Media Massa.....	34
5. Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	37
6. Instagram .....	41
F. Kerangka Konseptual .....	45
G. Operasionalisasi Variabel.....	46
H. Metodologi Penelitian .....	48
<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
A. Logo PSS Sleman.....	54
B. Sejarah dan Profil PSS Sleman .....	55
C. Manifesto PSS Sleman.....	56
D. Unit Usaha PSS Sleman .....	58
E. Alamat dan Stadion PSS Sleman .....	60
F. PSS Sleman dan Media Sosial .....	60

G. Lokasi Penelitian.....	65
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas .....	67
B. Karakteristik Responden .....	69
C. Persepsi Followers Instagram @pssleman.....	72
D. Pembahasan dan Relevansi terhadap Teori.....	102
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>121</b>
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 (Peringkat Pengguna Internet pada Tahun 2016 dan 2017) .....	2
Gambar 1. 2 (Persentase Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2019) .....	3
Gambar 1. 3 (Perkembangan pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019) .....	4
Gambar 1. 4 (Data pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019) .....	5
Gambar 1. 5 (Data mengenai jumlah followers media sosial klub sepakbola Indonesia Liga 1 2019).....	7
Gambar 1. 6 (Proses terbentuknya persepsi).....	26
Gambar 1. 7 (Kerangka Konsep Persepsi Followers Atas Konten Visual PSS Sleman) .....	45
Gambar 2. 1 Logo PSS Sleman.....	54
Gambar 2. 2 Tagline PSS Sleman .....	57
Gambar 2. 3 Tagline Brigata Curva Sud.....	57
Gambar 2. 4 PSS Store.....	59
Gambar 2. 5 Online PSS Store .....	59
Gambar 2. 6 Stadion Internasional Maguwoharjo .....	60
Gambar 2. 7 Tampilan Halaman Utama Website PSS Sleman.....	61
Gambar 2. 8 Tampilan Twitter PSS Sleman .....	62
Gambar 2. 9 Tampilan Instagram PSS Sleman.....	63
Gambar 2. 10 Tampilan Fitur Story Instagram PSS Sleman .....	63
Gambar 2. 11 Konten Daily Training PSS Sleman.....	64
Gambar 2. 12 Konten Inside The Game PSS Sleman .....	64
Gambar 2. 13 Tampilan Instagram PSS Sleman.....	65
Gambar 3. 1 Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 3. 2 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Gambar 3. 3 Responden Berdasarkan Waktu Mengikuti Instagram @pssleman .	72
Gambar 3. 4 (Hasil Kuesioner Kategori “Foto dan video visual dari konten yang dibuat oleh PSS Sleman melalui Instagram tersampaikan secara lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi followers”).....	73
Gambar 3. 5 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda memperhatikan <i>Caption</i> yang digunakan dalam konten PSS Sleman melalui sosial media Instagram.”).....	75
Gambar 3. 6 (Hasil Kuesioner Kategori “Tampilan konten PSS Sleman unik.”). 76	
Gambar 3. 7 (Hasil Kuesioner Kategori “ <i>Public figure</i> / pemain sepakbola yang ditampilkan pada konten PSS Sleman menimbulkan rasa tertarik dalam diri anda.”) .....	78
Gambar 3. 8 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda tertarik terhadap informasi yang ditampilkan pada konten sepak bola PSS Sleman.”) .....	79
Gambar 3. 9 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda senang mencari informasi tentang tim sepak bola PSS Sleman melalui <i>official account</i> @pssleman”) .....	81
Gambar 3. 10 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda mencari informasi tentang PSS Sleman melalui <i>official account</i> @pssleman.”) .....	82

Gambar 3. 11 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda melakukan pencarian lebih lanjut melalui media sosial selain Instagram terhadap konten tim sepak bola PSS Sleman.”).....	84
Gambar 3. 12 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda mencari informasi mengenai jadwal pertandingan, pemain sepakbola PSS Sleman, dan event yang dilakukan oleh PSS Sleman.”) .....	85
Gambar 3. 13 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda percaya terhadap informasi yang disampaikan oleh media sosial Instagram PSS Sleman”).....	87
Gambar 3. 14 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda membagikan informasi yang ada pada konten Instgram PSS Sleman.”) .....	88
Gambar 3. 15 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda memberikan informasi konten tim sepak bola PSS Sleman dengan menggunakan media sosial pribadi anda.”) .....	90
Gambar 3. 16 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda melihat konten pada Instagram PSS Sleman @pssleman.”) .....	92
Gambar 3. 17 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda memberikan perhatian terhadap konten PSS Sleman melalui sosial media Instagram.”) .....	93
Gambar 3. 18 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda menyukai konten yang di unggah melalui Instagram PSS Sleman.”) .....	94
Gambar 3. 19 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda memperhatikan promosi yang diberikan oleh PSS Sleman pada <i>official account</i> @pssleman.”).....	96
Gambar 3. 20 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda sebagai pendukung / <i>supporter</i> PSS Sleman.”).....	97
Gambar 3. 21 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda selalu menonton PSS Sleman baik secara langsung atau secara tidak langsung.”) .....	99
Gambar 3. 22 (Hasil Kuesioner Kategori “Anda membeli produk <i>merchandise</i> yang dijual oleh PSS Sleman seperti jersey, <i>t-shirt</i> , dan aksesoris lainnya.”)....	100
Gambar 3. 23 (Hasil Kuesioner Kategori “Konten Instagram PSS Sleman mampu membangun kepercayaan dalam diri anda terhadap kualitas tim sepak bola PSS Sleman.”).....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Variabel Penelitian.....	47
Tabel 1. 2 Skala Pengukuran.....	49
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 3. 3 Foto dan video visual dari konten yang dibuat oleh PSS Sleman melalui Instagram tersampaikan secara lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi <i>followers</i> .....	72
Tabel 3. 4 Anda memperhatikan <i>Caption</i> yang digunakan dalam konten PSS Sleman melalui sosial media Instagram.....	74
Tabel 3. 5 Tampilan konten PSS Sleman unik.....	75
Tabel 3. 6 <i>Public figure</i> / pemain sepakbola yang ditampilkan pada konten PSS Sleman menimbulkan rasa tertarik dalam diri anda.....	77
Tabel 3. 7 Anda tertarik terhadap informasi yang ditampilkan pada konten sepak bola PSS Sleman.....	78
Tabel 3. 8 Anda senang mencari informasi tentang tim sepak bola PSS Sleman melalui <i>official account @pssleman</i> .....	80
Tabel 3. 9 Anda mencari informasi tentang PSS Sleman melalui <i>official account @pssleman</i> .....	82
Tabel 3. 10 Anda melakukan pencarian lebih lanjut melalui media sosial selain Instagram terhadap konten tim sepak bola PSS Sleman.....	83
Tabel 3. 11 Anda mencari informasi mengenai jadwal pertandingan, pemain sepakbola PSS Sleman, dan event yang dilakukan oleh PSS Sleman.....	84
Tabel 3. 12 Anda percaya terhadap informasi yang disampaikan oleh media sosial Instagram PSS Sleman.....	86
Tabel 3. 13 Anda membagikan informasi yang ada pada konten Instagram PSS Sleman.....	87
Tabel 3. 14 Anda memberikan informasi konten tim sepak bola PSS Sleman dengan menggunakan media sosial pribadi anda.....	89
Tabel 3. 15 Anda melihat konten pada Instagram PSS Sleman @pssleman.....	91
Tabel 3. 16 Anda memberikan perhatian terhadap konten PSS Sleman melalui sosial media Instagram.....	92
Tabel 3. 17 Anda menyukai konten yang di unggah melalui Instagram PSS Sleman.....	94
Tabel 3. 18 Anda memperhatikan promosi yang diberikan oleh PSS Sleman pada <i>official account @pssleman</i> .....	95
Tabel 3. 19 Anda sebagai pendukung / <i>supporter</i> PSS Sleman.....	97
Tabel 3. 20 Anda selalu menonton PSS Sleman baik secara langsung atau secara tidak langsung.....	98
Tabel 3. 21 Anda membeli produk <i>merchandise</i> yang dijual oleh PSS Sleman seperti jersey, <i>t-shirt</i> , dan aksesoris lainnya.....	99
Tabel 3. 22 Konten Instagram PSS Sleman mampu membangun kepercayaan dalam diri anda terhadap kualitas tim sepak bola PSS Sleman.....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	127
Lampiran 2 .....	130

