

**EVALUASI KOMPONEN PESAN DAN MEDIA KAMPANYE NO TIKET
NO GAME PADA SUPORTER KLUB SEPAK BOLA BRIGATA CURVA**

SUD PSS SLEMAN



SKRIPSI

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

oleh

**Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana
06 09 03065 / Kom**

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

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**EVALUASI KOMPONEN PESAN DAN MEDIA KAMPANYE NO TIKET
NO GAME PADA SUPORTER KLUB SEPAK BOLA BRIGATA CURVA
SUD PSS SLEMAN**

SKRIPSI

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

disusun oleh :

Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana
06 09 03065 / Kom

disetujui oleh :

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : EVALUASI KOMPONEN PESAN DAN MEDIA KAMPANYE NO TIKET NO GAME PADA SUPORTER KLUB SEPAK BOLA BRIGATA CURVA SUD PSS SLEMAN
Penyusun : Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana
NIM : 06 09 03065

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 3 Maret 2014
Pukul : 09.00 WIB – 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Gregoria Arum Yudarwati
Pengaji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.
Pengaji I



Drs. Setio Budi HH., M.Si.
Pengaji II

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana
Nomor Mahasiswa : 06 09 03065
Program Studi : Komunikasi
Judul Karya Tulis : EVALUASI KOMPONEN PESAN DAN MEDIA KAMPANYE NO TIKET NO GAME PADA SUPORTER KLUB SEPAK BOLA BRIGATA CURVA SUD PSS SLEMAN

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 hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/ kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 Februari 2014

Saya yang menyatakan



Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana

Lukas Andev Prima Adiputra Wardhana
No. Mhs. 06 09 03065 / Kom

**EVALUASI KOMPONEN PESAN DAN MEDIA KAMPANYE NO TIKET
NO GAME PADA SUPPORTER KLUB SEPAK BOLA BRIGATA
CURVA SUD PSS SLEMAN**

ABSTRAK

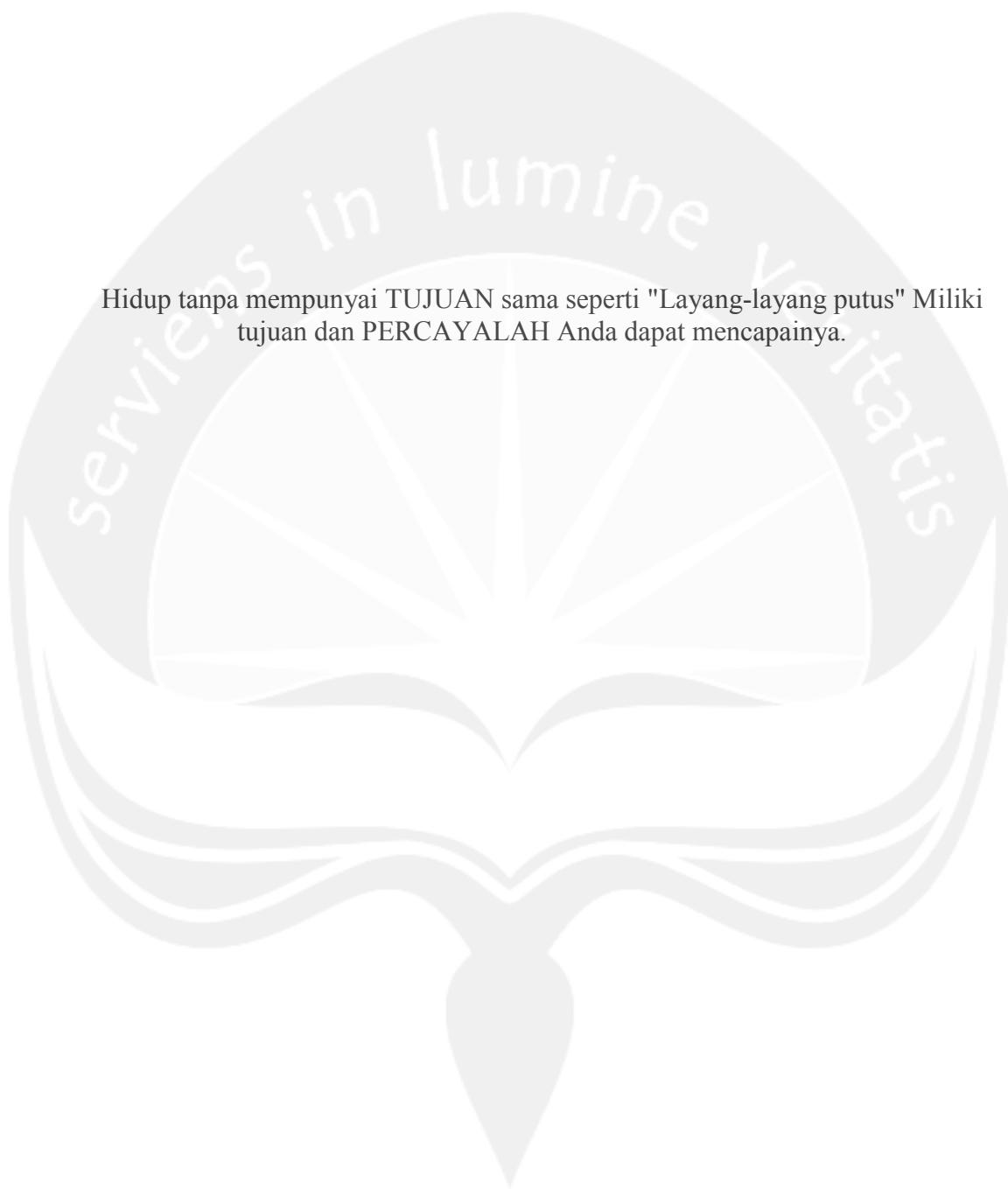
Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ketepatan kampanye sosial “*No Ticket No Game*” pada supporter PSS Sleman. Metode penelitian yang digunakan metode survai yang bersifat kuantitatif dan dikumpulkan melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian adalah seluruh supporter PSS Sleman yang terdaftar dalam Brigata Curva Sud. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dan digunakan 99 supporter sebagai sampel. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif (mean dan frekuensi).

Hasil pengujian memperoleh bahwa diketahui bahwa secara umum tulisan sudah termasuk tepat (nilai rata-rata sebesar 3,5919). Tepat tulisan ini didukung oleh sebagian besar responden yang menilai bahwa pesan termasuk tepat yakni sebanyak 50,5% dan 7,1% yang menilai sangat tepat.. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pesan sudah mampu menumbuhkan kesadaran, mempengaruhi, serta memperteguh dan menyakinkan penerima pesan bahwa pilihan atau tindakan mereka adalah benar. Nilai rata-rata media termasuk dalam kriteria cukup tepat (nilai rata-rata sebesar 3,3939). Kategori cukup tepat ini didukung oleh 54,5% responden yang menilai bahwa media yang digunakan termasuk cukup tepat. Kondisi ini menggambarkan bahwa media atau saluran yang digunakan diharapkan dapat menjangkau hampir seluruh kelompok dan telah dinilai cukup tepat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk melakukan perbaikan dan kemajuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kata Kunci : ketepatan kampanye sosial, pesan dan media

HALAMAN MOTTO



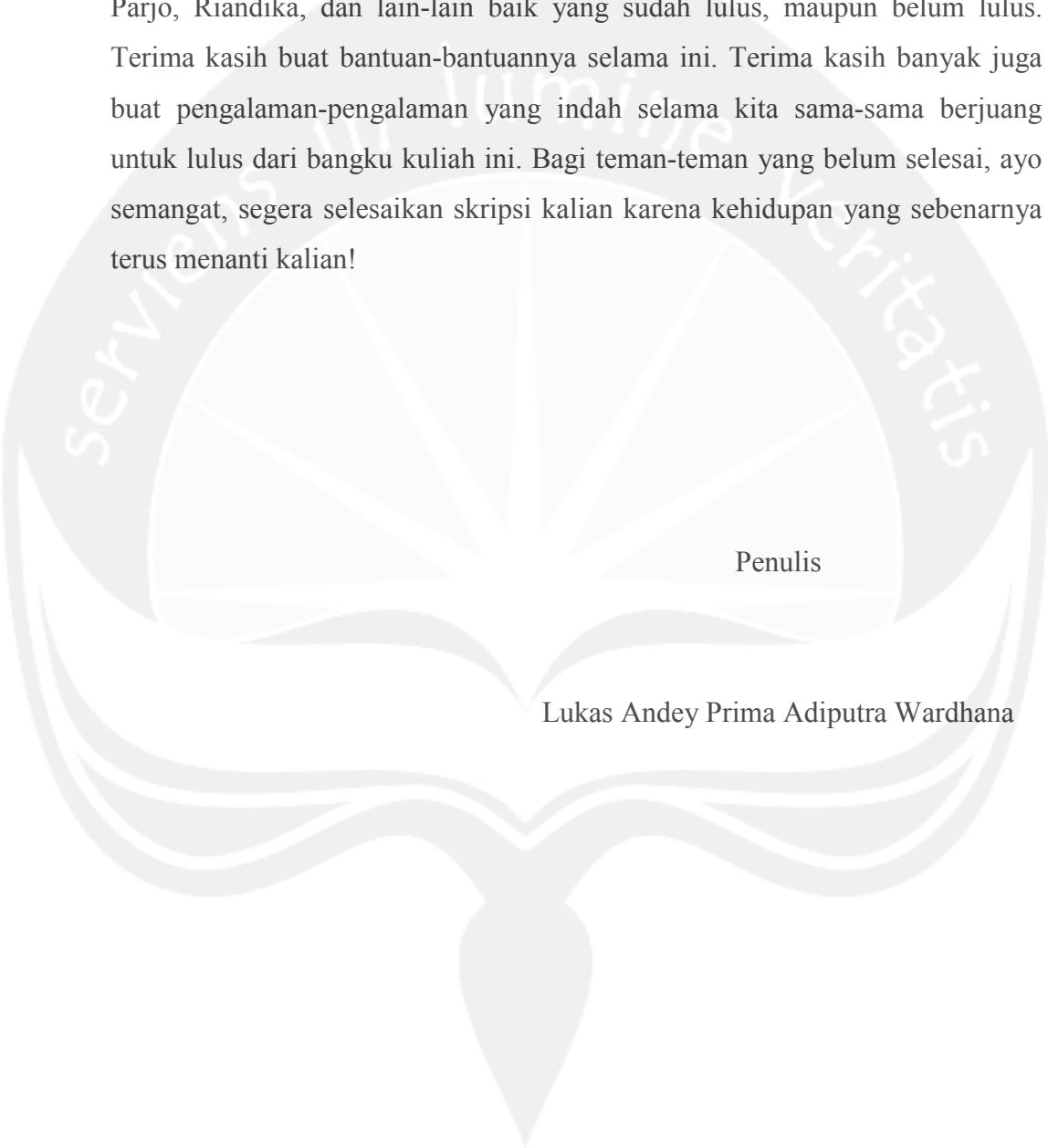
Hidup tanpa mempunyai TUJUAN sama seperti "Layang-layang putus" Miliki tujuan dan PERCAYALAH Anda dapat mencapainya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus atas rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Tak ada yang mustahil bagiMu, telah Engkau bukaan pintu bagi hambaMu ini ketika mengetuk dan meminta tolong hanya padaMu.

Skripsi ini saya persembahkan bagi semua pihak yang turut berperan dalam memberikan dukungan dari awal sampai dengan akhir skripsi ini selesai. Untuk itu saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang teramat hebat. Saya sangat berterima kasih kepada-Mu ya Jesus. Berkat dan pertolongan-Mu selalu engkau berikan kepada saya selama ini. Tidak terkecuali campur tangan-Mu di dalam setiap pergumulan hidup ini. Terutama selama saya menjadi mahasiswa di FISIP UAJY. Banyak sekali berkat yang saya terima dalam setiap tugas, kuliah, masalah-masalah, hingga pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini. Meskipun waktu yang harus saya tempuh selama menjadi mahasiswa terlambat melewati target, tapi saya percaya Engkau mempunyai rencana yang hebat di dalam hidup saya.
2. Keluarga saya yang sangat saya cintai. Mama, Papa dan Adik, yang selama ini terus memotivasi saya untuk segera menyelesaikan kuliah. Mohon maaf yang sebesar-besarnya atas keterlambatan waktu lulus aku, dan terima kasih karena kalian telah sabar selama ini.
3. My beloved Veronika Aditha Febrianti dan malaikat kecilku Evelyn Denisse Feliciiana, kalian berdua yang jadi sumber semangat dan motivasi aku untuk segera menyelesaikan skripsi. Terutama untuk momi Ditha, sekarang aku sudah nyusul kamu jadi sarjana mi. Hehehe.
4. Dosen pembimbing skripsi saya, Bu Ike. Terima kasih bu karena sudah membimbing saya selama ini. Mulai dari penyusunan proposal hingga proses bimbingan saat menyelesaikan skripsi. Mohon maaf jika ada kesalahan selama proses ini berjalan. Dan terima kasih karena ibu telah banyak mengajarkan saya bagaimana menjadi praktisi Humas yang baik dan benar, juga peran ibu sebagai dosen wali saya di awal-awal masa kuliah saya yang sempat terhambat.

- 
5. Keluarga besar Allianz Life Paradise 2-0429 (Manokwari – Sorong – Jogja) mulai sekarang jangan pernah tanyakan lagi soal kuliahku, tapi tanyakanlah berapa case minggu ini mas? hehehe
 6. Dan yang terakhir buat teman-teman angkatan 2006 (Ajeng, Nocky, Herry Parjo, Riandika, dan lain-lain baik yang sudah lulus, maupun belum lulus. Terima kasih buat bantuan-bantuannya selama ini. Terima kasih banyak juga buat pengalaman-pengalaman yang indah selama kita sama-sama berjuang untuk lulus dari bangku kuliah ini. Bagi teman-teman yang belum selesai, ayo semangat, segera selesaikan skripsi kalian karena kehidupan yang sebenarnya terus menanti kalian!

Penulis

Lukas Andey Prima Adiputra Wardhana

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi	v
Halaman Motto.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Konsep.....	6
F. Definisi Operasional	17
G. Metodologi Penelitian.....	20
1. Metode Penelitian.....	20
2. Jenis Penelitian	21
3. Metode Pengumpulan Data	21
4. Populasi dan Sampel	22
5. Pengujian Kuesioner	23
6. Teknik Analisis Data.....	26
 BAB II HASIL DAN ANALISIS DATA	 28
A. Distribusi Frekuensi	28
B. Pembahasan	45

BAB III PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Definisi Operasional	19
Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel	24
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	26
Tabel 4. Gambaran Pengetahuan Responden Tentang Media-Media Untuk Berkampanye	28
Tabel 5. Distribusi frekuensi Ketepatan topik	29
Tabel 6. Distribusi frekuensi Slogan mudah dimengerti	30
Tabel 7. Distribusi frekuensi slogan mudah diingat	30
Tabel 8. Distribusi frekuensi Slogan bermakna	31
Tabel 9. Distribusi frekuensi Slogan cukup sederhana	31
Tabel 10. Distribusi frekuensi kepastian membeli tiket saat mau menonton pertandingan	32
Tabel 11. Distribusi frekuensi membeli tiket pertandingan di tiket resmi adalah hal yang benar	32
Tabel 12. Distribusi frekuensi Pemahaman Responden bahwa tidak membeli tiket pertandingan adalah hal yang salah	33
Tabel 13. Distribusi frekuensi Pemahaman bahwa jika tidak ada yang bersedia membeli tiket akan mematikan PSS	33
Tabel 14. Distribusi frekuensi Lebih baik membeli tiket di loket tiket resmi daripada lewat calo	34
Tabel 15. Nila rata-rata Pesan	35
Tabel 16. Distribusi frekuensi Variabel Pesan	35
Tabel 17. Distribusi frekuensi Penggunaan kaos pemain (Jersey) sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat...	36
Tabel 18. Distribusi frekuensi Penempatan tulisan “ <i>No Ticket No Game</i> ” di depan menarik	36
Tabel 19. Distribusi frekuensi Penggunaan kaos supporter sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat	37

Tabel 20.	Distribusi frekuensi kaos supporter yang bertulisan "No Ticket No Game" menarik.....	37
Tabel 21.	Distribusi frekuensi Penggunaan topi, sebagai media kampanye "No Ticket No Game" sudah tepat.....	38
Tabel 22.	Distribusi frekuensi Tulisan "No Ticket No Game" di topi dibuat secara menarik	38
Tabel 23.	Distribusi frekuensi Tulisan "No Ticket No Game" di topi dibuat secara menarik	39
Tabel 24.	Distribusi frekuensi Desain stiker “ <i>No Ticket No Game</i> ” menarik	39
Tabel 25.	Distribusi frekuensi Penggunaan Spanduk di gerbang masuk Tribun sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat	40
Tabel 26.	Distribusi frekuensi Spanduk “ <i>No Ticket No Game</i> ” di gerbang masuk Tribun dibuat secara menarik	40
Tabel 27.	Distribusi frekuensi Penggunaan Spanduk di loket penjualan tiket masuk sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat	41
Tabel 28.	Distribusi frekuensi Penggunaan situs jejaring sosial twiter sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat...	41
Tabel 29.	Distribusi frekuensi Materi tulisan yang ada di situs jejaring sosial twiter “ <i>No Ticket No Game</i> ” menarik	42
Tabel 30.	Distribusi frekuensi Penggunaan media sosial facebook sebagai media kampanye “ <i>No Ticket No Game</i> ” sudah tepat...	42
Tabel 31.	Distribusi frekuensi Materi tulisan yang dimuat media sosial facebook “ <i>No Ticket No Game</i> ” menarik	43
Tabel 32.	Nila rata-rata Media.....	44
Tabel 33.	Distribusi frekuensi media.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner

Lampiran 2 Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi

Lampiran 4 Data Responden