Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Media Konten Instagram @persijajkt Terhadap Fanatisme The Jakmania

Khoirul Cahya Noprizal

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74730&lokasi=lokal

---

Abstrak

Persija adalah klub sepak bola Indonesia yang bermarkas di Jakarta, Persija mempunyai akun Instagram bernama @persijajkt yang memiliki pengikut sebanyak 2,6 juta orang. Dalam konten Instagramnya Persija memposting segala kebutuhan informasi terkait tim, pemain, official, penjualan tiket menonton, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan Persija maupun The Jakmania. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media konten Instagram @persijajkt terhadap fanatisme The Jakmania.
Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, new media theory dan S-O-R. Karena adanya response yang didapat dari stimulus media konten Instagram @persijajkt. Terjadi perubahan perilaku followers (The Jakmania) setelah memperhatikan media konten Instagram @persijajkt yaitu adanya perilaku Fanatisme. Pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Tujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Metode penelitian adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram @persijajkt sebanyak 2,6 juta dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus Taro Yamane dan didapat dengan menggunakan teknik nonprobabilitas accidental sampling. Teknik pengumpulan data dengan survei dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan uji regresi linear sederhana dan uji korelasi Pearson?s Product Moment.
Hasil penelitian ini menunjukan adanya persamaan regresi linear sederhana Y = 8,221 + 0,213X. Kontribusi pengaruh X terhadap Y sebesar 64,2%. Koefisien korelasi yang didapat dari uji korelasi Perason?s Product Moment sebesar 0,801. Nilai signifikansi (0,000 < 0,05) korelasi signifikan. Responden mengetahui foto Instagram @persijajkt dengan skor 420, melihat seluruh konten foto Instagram @persijajkt dengan skor 350 dan mendukung persija dengan tujuan menjadi juara dengan skor 415.