

**ANALISIS PERSEPSI FOLLOWERS PADA KONTEN
INDONESIAN BASKETBALL LEAGUE DI AKUN
INSTAGRAM @HALOBASKET**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**BINTANG MA'RIFAT MUSNAMAR
1211003018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Bintang Ma'rifat Musnamar

NIM : 1211003018

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bintang Ma'rifat Musnamar
NIM : 1211003018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Followers Pada Konten Indonesian Basketball League Di Akun Instagram @halobasket

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

()

Penguji 1 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. (

)

Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Adapun judul dari Tugas Akhir ini adalah **“Analisis Persepsi Followers Pada Konten Indonesian Basketball League Di Akun Instagram @halobasket”**. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebaik mungkin. Dengan doa dan juga atas kehendaknya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada keluarga khususnya Papa Rida Rahmanto Musnamar, Mama Sumiasih yang senantiasa memberikan cinta kasih yang tak terbatas, doa yang tak pernah putus hingga dukungan finansial. Juga untuk adik saya, Muhammad Andre Maynard Musnamar dan Alike Naila Putri Musnamar yang selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Tidak lupa juga, penulis ucapkan terima kasih untuk keluarga besar yang selalu mendoakan penulis.
3. Miss Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing. Terima kasih sebesar-besarnya atas kesabaran, waktu, bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat membantu penulis sejak awal hingga akhir penyusunan tugas akhir. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.
4. Miss Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Miss Dr. Dessy Kania, B.A., M.A selaku dosen penguji. Terima kasih atas segala saran, pertanyaan dan masukan yang diberikan selama sidang skripsi. Masukan dari Ibu telah menyempurnakan penelitian ini.

5. Terima kasih kepada Halo Basket media, Achmad Fauzi selaku kepala redaksi yang telah memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
6. Peneliti juga ingin mengungkapkan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam kepada para dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, dukungan dan bimbingannya selama penulis berkuliah. Terima kasih juga untuk seluruh angkatan Ilmu Komunikasi 2021, atas kenangan selama masa kuliah.
7. Untuk teman-teman terdekat penulis, Ivander Rafikasyah Azwar, Rilo Ruseffi Musnamar, dan Hanif El Rasyid. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita dan sumber tawa di tengah tekanan.
8. Terima kasih kepada teman-teman penulis yang sudah menemani, menghibur, menyemangati dan menjadi pendengar yang baik selama penulisan tugas akhir ini.
9. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, akan tetapi memiliki andil dalam pembuatan tugas akhir ini.
10. Untuk Dhafina Azka Nazhara Penulis ucapkan terima kasih banyak atas kesediaannya meluangkan waktu untuk berdiskusi, serta atas segala pengertian, kesabaran, dan motivasi yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

Jakarta, 2 September 2025



Bintang Ma'rifat Musnamar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bintang Ma'rifat Musnamar

Nim : 1211003018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PERSEPSI FOLLOWERS PADA KONTEN INDONESIAN BASKETBALL LEAGUE DI AKUN INSTAGRAM @HALOBASKET

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 September 2025

Yang Menyatakan



Bintang Ma'rifat Musnamar

ANALISIS PERSEPSI FOLLOWERS PADA KONTEN INDONESIAN BASKETBALL LEAGUE DI AKUN INSTAGRAM @HALOBASKET

Bintang Ma'rifat Musnamar

ABSTRAK

Perkembangan media digital, khususnya Instagram, telah menjadi kanal utama dalam komunikasi dan interaksi antara organisasi olahraga dengan para penggemarnya. Akun Instagram @halobasket merupakan salah satu platform media utama yang meliput Indonesian Basketball League (IBL) dan memegang peranan penting dalam membentuk persepsi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana persepsi followers terhadap konten IBL yang dipublikasikan oleh akun Instagram @halobasket. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan lima followers aktif @halobasket dan satu narasumber internal dari tim redaksi. Analisis konten didasarkan pada tujuh karakteristik konten media sosial dari Kingsnorth (2016), sementara analisis persepsi menggunakan tiga tahapan proses persepsi dari Solomon (2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konten @halobasket telah berhasil memenuhi tujuh karakteristik konten yang efektif. Konten dipersepsikan sebagai kredibel (akurat dan cepat), dapat dibagikan (didorong oleh emosi), bermanfaat dan menyenangkan, menarik (berkat konten eksklusif), relevan, serta memiliki identitas yang berbeda dan sesuai dengan merek (on brand). Lebih lanjut, persepsi followers terbentuk secara sangat positif melalui tiga tahapan: sensasi, di mana konten visual yang eye-catching berhasil menarik minat awal; atensi, yang dipertahankan melalui judul yang kuat dan relevansi personal; dan interpretasi, di mana followers memberikan makna positif pada konten sebagai sumber informasi tepercaya dan bagian dari komunitas basket. Penelitian ini menyimpulkan bahwa @halobasket telah berhasil mengimplementasikan strategi konten yang efektif untuk membangun persepsi positif di kalangan followers-nya, yang tidak hanya didasarkan pada kualitas informasi tetapi juga pada eksekusi kreatif, kecepatan, dan kemampuan membangun interaksi komunitas.

Kata Kunci: Persepsi, Media Sosial, Instagram, Konten Digital, Komunikasi Pemasaran, Indonesian Basketball League (IBL).

**ANALYZING FOLLOWERS PERCEPTIONS: A STUDY OF INDONESIAN
BASKETBALL LEAGUE CONTENT ON THE @HALOBASKET
INSTAGRAM ACCOUNT**

Bintang Ma'rifat Musnamar

ABSTRACT

The development of digital media, particularly Instagram, has become a primary channel for communication and interaction between sports organizations and their fans. The Instagram account @halobasket stands as one of the main media platforms covering the Indonesian Basketball League (IBL), playing a crucial role in shaping public perception. This research aims to conduct an in-depth analysis of how followers perceive the IBL content published by the @halobasket Instagram account. Employing a descriptive qualitative approach, this study collects data through in-depth interviews with five active followers of @halobasket and one internal representative from the editorial team. Content analysis is based on the seven characteristics of social media content by Kingsnorth (2016), while the perception analysis utilizes the three-stage process of perception by Solomon (2006). The findings indicate that @halobasket's content implementation successfully meets the seven characteristics of effective content. The content is perceived as credible (accurate and fast), shareable (driven by emotion), useful and fun, interesting (due to exclusive content), relevant, and possesses a unique identity that is different and on brand. Furthermore, the followers' perception is formed very positively through three stages: sensation, where eye-catching visual content captures initial interest; attention, which is maintained through strong headlines and personal relevance; and interpretation, where followers assign positive meaning to the content, viewing it as a trusted source of information and part of the basketball community. This study concludes that @halobasket has successfully implemented an effective content strategy to build a positive perception among its followers, a success attributed not only to the quality of information but also to creative execution, speed, and the ability to foster community interaction.

Keywords: Perception, Social Media, Instagram, Digital Content, Marketing Communication, Indonesian Basketball League (IBL).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.2 Persepsi.....	9
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	10
2.2.2 Proses Persepsi.....	11
2.2.3 Persepsi dalam Konten Media Sosial.....	14
2.2.4 Dimensi Persepsi.....	15
2.3 Komunikasi Digital	15
2.3.1 Media Sosial	16
2.3.1.1 Karakteristik Media Sosial.....	17
2.3.2 Instagram	18
2.3.2.1 Fitur-Fitur Instagram.....	19

2.3.2.2 Indikator Instagram	21
2.3.2.3 Dimensi Konten Media Sosial	22
2.4 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	24
2.4.1 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.5 Model Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain dan Pendekatan.....	44
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	44
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1 Sumber Data	45
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.2.1 Wawancara Mendalam.....	45
3.3.2.2 Studi Pustaka.....	46
3.4 Analisis Data	46
3.4.1 Reduksi Data.....	46
3.4.2 Penyajian Data	46
3.4.3 Kesimpulan dan Verifikasi	46
3.5 Triangulasi Data	47
3.5.1 Triangulasi Sumber.....	47
3.5.2 Triangulasi Teknik.....	47
3.5.3 Triangulasi Waktu.....	47
3.6 Operasionalisasi Konsep	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	51
4.1.3 Gambaran Produk	52
4.1.4 Gambaran Umum Instagram @halobasket.....	56
4.2 Penyajian Data.....	63
4.2.1 Konten Media Sosial.....	64
4.2.1.1 Credible (Kredibel)	64

4.2.1.2 Shareable (Dapat Dibagikan)	66
4.2.1.3 Useful or Fun (Bermanfaat atau Menyenangkan).....	67
4.2.1.4 Interesting (Menarik)	70
4.2.1.5 Relevant (Relevan).....	72
4.2.1.6 Different (Berbeda)	73
4.2.1.7 On Brand	75
4.2.2 Persepsi	76
4.2.2.1 Sensasi.....	76
4.2.2.2 Atensi	78
4.2.2.3 Interpretasi.....	81
4.3 Pembahasan dan Diskusi	82
4.3.1 Konten Media Sosial.....	82
4.3.2 Persepsi	90
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Kendala dan Keterbatasan	94
5.3 Saran dan Implikasi	95
5.3.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	95
5.3.2 Saran untuk @halobasket dan Praktisi Media Serupa	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rata-Rata Waktu Yang Dhabiskan Pengguna Instagram Perbulan...	5
Gambar 1.2	Logo Halobasket.....	6
Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1	Feeds Instagram @halobasket.....	44
Gambar 4.1	Logo Halobasket.....	50
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Perusahaan @halobasket	51
Gambar 4.3	Instagram @abastalk	53
Gambar 4.4	Instagram @halostatistik	54
Gambar 4.5	Instagram @halourbanpeople	54
Gambar 4.6	Instagram @haloanakbasket	55
Gambar 4.7	Konten Final Pelita Jaya vs Dewa United Instagram @halobasket	56
Gambar 4.8	Match Recap & Highlights PJB vs DUB.....	57
Gambar 4.9	Achmad Fauzi (Informan Pertama)	58
Gambar 4.10	Daffa Ghazan Pradipta (Informan Kedua).....	59
Gambar 4.11	Dhafina Azka (Informan Ketiga).....	59
Gambar 4.12	Noufal Alif Fahannaya (Informan Keempat)	60
Gambar 4.13	Farras Evan Arkana (Informan Kelima).....	61
Gambar 4.14	Allysa Lea Ramadhani (Informan Keenam).....	62
Gambar 4.15	Dora Andriani (triangulator).....	62
Gambar 4.16	Konten Pertandingan PJB vs DUB @halobasket	65
Gambar 4.17	Konten Satria Muda Berpindah Homebase Ke Bandung @halobasket	67
Gambar 4.18	Konten Statistik Pemain Tangerang Hawks @halobasket	69
Gambar 4.19	Konten Pertukaran Pemain Arki Wisnu @halobasket.....	71
Gambar 4.20	Konten FIBA Indonesia vs Thailand @halobasket	73
Gambar 4.21	Konten Transfer Pemain Rajawali Basketball @halobasket	74
Gambar 4.22	Feeds Instagram @halobasket	76
Gambar 4.23	Konten Transfer Pemain @halobasket	78
Gambar 4.24	Konten Lesler Prosper Menjadi God Mode @halobasket	80

Gambar 4.25 Konten daftar-daftar pemain IBL @halobasket	82
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Operasional Konsep.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Wawancara Kepala Redaksi	100
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Kepala Redaksi	100
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Followers 1 @Halobasket.....	114
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Followers 1 @Halobasket.....	114
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara Followers 2 @Halobasket.....	118
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Followers 2 @Halobasket.....	118
Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara Followers 3 @Halobasket.....	123
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Followers 3 @Halobasket.....	123
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara Followers 4 @Halobasket.....	130
Lampiran 10. Transkrip Wawancara Followers 4 @Halobasket.....	130
Lampiran 11. Dokumentasi Wawancara Followers 5 @Halobasket	136
Lampiran 12. Transkrip Wawancara Followers 5 @Halobasket.....	136
Lampiran 13. Dokumentasi Wawancara Triangulator.....	142
Lampiran 14. Transkrip Wawancara Triangulator.....	142