

**HUBUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GNFI DENGAN SIKAP
KEPERCAYAAN PENGIKUTNYA**

**(STUDI EKSPLANATIF PADA KONTEN "SELAMAT DATANG PATRICK
KLUIVERT" 8 JANUARI 2025)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Muhamad Zahfron Raihansyah

NIM : 1410621058

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

ABSTRAK

Muhamad Zahfron Raihansyah, 1410621058, Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi Dengan Sikap Kepercayaan Pengikutnya (Studi Eksplanatif : Pada Konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025) Hal 1-157, 15 Buku - 2014 -2020, Jurnal 2016-2024. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta 2025.

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern dan memainkan peran utama dalam membentuk opini publik. Instagram, sebagai salah satu platform dominan, menyediakan ruang interaksi langsung antara penyedia konten dan pengguna. Dalam konteks ini, akun @gnfi dikenal sebagai media informasi yang menyampaikan konten-konten positif dan inspiratif tentang Indonesia. Namun, pada unggahan bertajuk "Selamat Datang Patrick Kluivert", muncul perbedaan respons publik yang menunjukkan adanya keterkaitan antara persepsi media sosial dan sikap kepercayaan pengikut terhadap konten yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan teori media baru sebagai landasan konseptual, yang menempatkan media sosial sebagai ruang digital yang bersifat interaktif, kolaboratif, dan partisipatif. Instagram memungkinkan pengguna menjadi produsen sekaligus konsumen informasi, atau prosumer. Dalam penelitian ini, dimensi penggunaan media sosial meliputi komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan, digunakan untuk melihat bagaimana interaksi digital dapat membentuk sikap kepercayaan. Teori dari Pierre Lévy dan Mark Poster menegaskan bahwa keterlibatan pengguna dalam proses komunikasi menjadi dasar pembentukan pemaknaan kolektif di ruang daring.

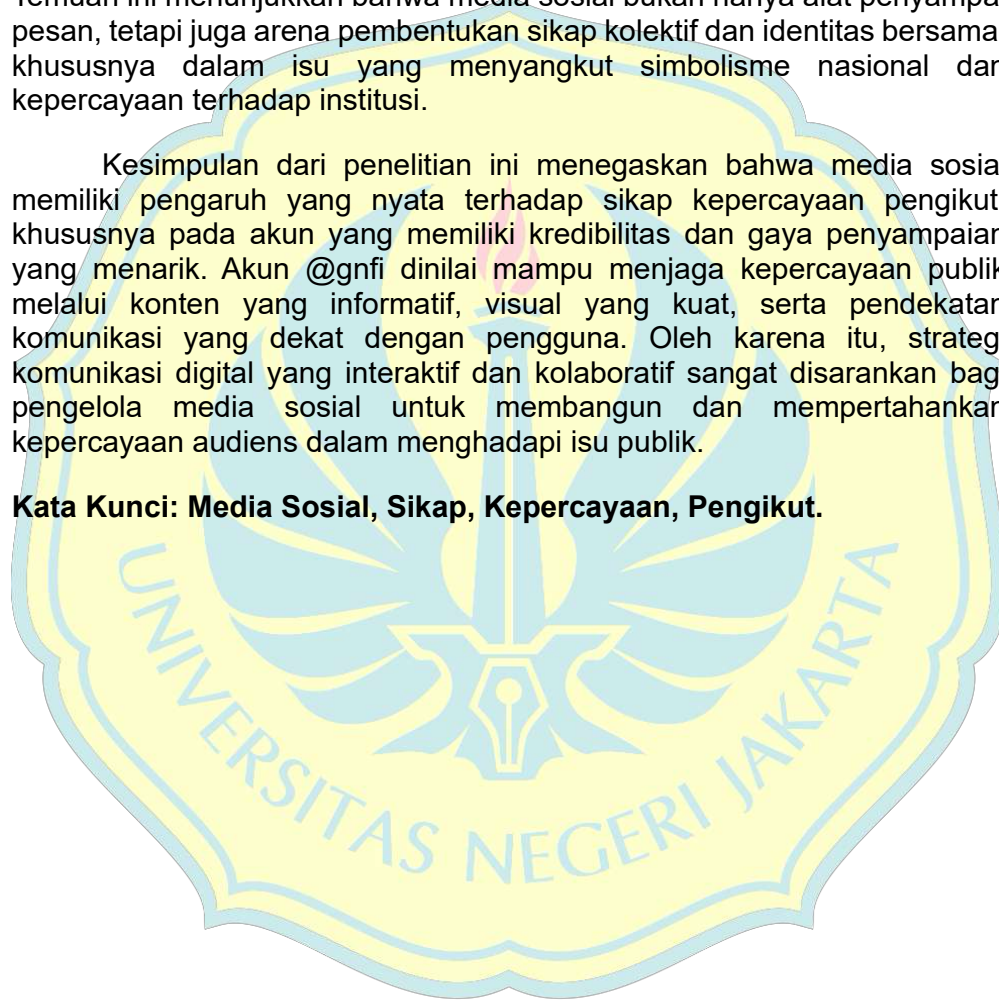
Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode eksplanatif, penelitian ini melibatkan seratus responden yang dipilih secara purposive berdasarkan aktivitas mereka terhadap unggahan @gnfi terkait Patrick Kluivert. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang mengukur persepsi terhadap konten, pengalaman berinteraksi di media sosial, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas, dan analisis dilakukan menggunakan korelasi Pearson. Penelitian ini juga menyusun definisi operasional dan indikator pada masing-masing variabel berdasarkan teori yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial Instagram @gnfi dengan sikap kepercayaan pengikutnya terhadap konten yang mengandung unsur kontroversial. Dimensi komunikasi dan edukasi menjadi aspek yang paling

dominan dalam membentuk kepercayaan audiens, disusul oleh kolaborasi dan hiburan. Interaksi yang terjadi tidak bersifat satu arah, melainkan timbal balik, di mana audiens secara aktif memberikan respons, membagikan konten, dan terlibat dalam diskusi digital. Pola ini mencerminkan prinsip media baru, bahwa proses komunikasi digital membentuk makna melalui partisipasi, simbolisasi, dan kohesi sosial yang terbangun di ruang media. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga arena pembentukan sikap kolektif dan identitas bersama, khususnya dalam isu yang menyangkut simbolisme nasional dan kepercayaan terhadap institusi.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang nyata terhadap sikap kepercayaan pengikut, khususnya pada akun yang memiliki kredibilitas dan gaya penyampaian yang menarik. Akun @gnfi dinilai mampu menjaga kepercayaan publik melalui konten yang informatif, visual yang kuat, serta pendekatan komunikasi yang dekat dengan pengguna. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital yang interaktif dan kolaboratif sangat disarankan bagi pengelola media sosial untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan audiens dalam menghadapi isu publik.

Kata Kunci: Media Sosial, Sikap, Kepercayaan, Pengikut.



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Muhamad Zahfron Raihansyah, 1410621058, Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi Dengan Sikap Kepercayaan Pengikutnya (Studi Eksplanatif: Pada Konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025), Pages 1–157, 15 Books (2014–2020), Journals (2016–2024). Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, State University of Jakarta, 2025.

Social media has become an essential part of modern life and plays a central role in shaping public opinion. Instagram, as one of the most dominant platforms, offers direct interaction between content creators and users. The @gnfi account is recognized for consistently delivering positive and inspirational content about Indonesia. However, with the post titled “Selamat Datang Patrick Kluivert,” divided public responses emerged, highlighting a possible link between social media perception and followers’ trust in the content shared.

This research is grounded in new media theory, which positions social media as an interactive, collaborative, and participatory digital space. Instagram allows users to become both producers and consumers of information prosumer. In this study, the dimensions of social media use—communication, collaboration, education, and entertainment—are used to assess how digital interaction influences trust attitudes. Theories by Pierre Lévy and Mark Poster emphasize that user participation in communication processes is key to constructing collective meaning within digital environments.

A quantitative explanatory approach was applied with one hundred purposively selected respondents who were familiar with @gnfi’s post on Patrick Kluivert. Data collection was conducted through questionnaires that measured perception, user interaction, and trust levels. Instruments underwent validity and reliability testing, and Pearson correlation was used for analysis. This study also developed operational definitions and indicators for each variable, supported by relevant theoretical frameworks.

The findings reveal a significant and positive relationship between the Instagram account @gnfi and followers’ trust in the controversial content posted. Communication and education were the most influential dimensions shaping trust, followed by collaboration and entertainment. The interactions observed were reciprocal, with users actively responding, sharing, and engaging in digital discussions. These patterns reflect the core of new media theory, where meaning is co-created through participation, symbolic communication, and digital social cohesion. This demonstrates that social media is not merely a message delivery tool but a space for shaping

collective attitudes and shared identity, especially on issues involving national symbolism and trust in public institutions.

In conclusion, this study affirms that social media significantly influences users' trust attitudes, particularly through credible content and relatable communication. The @gnfi account effectively maintains public trust by presenting informative content, strong visuals, and interactive engagement. Hence, digital communication strategies that emphasize interactivity and collaboration are strongly recommended for social media managers aiming to strengthen and sustain audience trust in addressing public issues.

Keywords: Social Media, Attitudes, Beliefs, Followers.



Intelligentia - Dignitas

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Zahfron Raihansyah

NIM : 1410621058

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : HUBUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GNFI DENGAN SIKAP KEPERCAYAAN PENGIKUTNYA (STUDI EKSPLANATIF PADA KONTEN "SELAMAT DATANG PATRICK KLUIVERT" TANGGAL 8 JANUARI 2025)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **"HUBUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GNFI DENGAN SIKAP KEPERCAYAAN PENGIKUTNYA (STUDI EKSPLANATIF PADA KONTEN "SELAMAT DATANG PATRICK KLUIVERT" 8 JANUARI 2025)"** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 24 Juli 2025



Muhamad Zahfron Raihansyah

NIM. 1410621058

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi Dengan Sikap Kepercayaan
Pengikutnya (Studi Eksplanatif Pada Konten "Selamat Datang Patrick
Kluivert) 8 Januari 2025**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si

NIP. 197803182008012010



21/04/2025

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri,
M.Si

NIP. 197311212006042001



21/08/2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
FISH UNJ



Dr. Dini Safitri, M.Si.

NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



Universitas Negeri Jakarta

Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D

NIP. 198107182008011016

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Maulina Larasati, S.Sos., M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Ketua Sidang		31/07/2025
2.	Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M NIP. 198705302024061001 Penguji Ahli		28/07/2025
3.	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. NIP. 197311152006042001 Sekretaris		30/07/2025
4.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Pembimbing I		01/08/2025
5.	Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si NIP. 197311212006042001 Pembimbing II		01/08/2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi berjudul “Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi dengan Sikap Kepercayaan Pengikutnya (Studi Eksplanatif: Pada Konten ‘Selamat Datang Patrick Kluivert’ 8 Januari 2025)” dengan lancar dan tepat waktu. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke jalan kebenaran.

Proposal ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa pencapaian ini tidak lepas dari dukungan serta arahan dari berbagai pihak yang sangat berperan penting dalam proses penyusunan.

Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, peneliti menyampaikan apresiasi kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, beserta para Wakil Rektor: Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum. (Wakil Rektor I) Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. (Wakil Rektor II) Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd. (Wakil Rektor III) Universitas Negeri Jakarta, serta Dr. Andy Hadiyanto, M.A. (Wakil Rektor IV) Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, serta Para Wakil Dekan: Dr. Kurniawati, M.Si. (Wakil Dekan I) Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Aris Munandar, M.Si. (Wakil Dekan II) Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, dan Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. (Wakil Dekan III) Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.

3. Dr. Dini Safitri, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., dan Mega Ayu Permatasari, M.Si. selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing pertama dan Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, meluangkan waktu dan tenaga, serta memberikan arahan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir penelitian.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M., Mega Ayu Permatasari, M.Si., dan Noprita Herari, M.I.Kom. yang telah memberikan ilmu dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman mahasiswa/i Prodi Strata-1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021.

Peneliti menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi ilmiah yang berarti.

Intelligentia - Dignitas

Jakarta, 17 Juli 2025

Peneliti

Muhamad Zahfron Raihansyah

1410621058

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1 Manfaat Akademis	18
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Tinjauan Teoritis	20
2.1.1 Teori <i>New Media</i>	20
2.1.2 Media Baru	24
2.2 Variabel Penelitian.....	25
2.2.1 <i>Social Media</i> (X)	27
2.2.2 Sikap.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Hipotesis Teori.....	52
2.5 Model Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Paradigma Penelitian	53

3.2	Metode Penelitian	54
3.3	Pendekatan Penelitian	55
3.4	Jenis Penelitian	57
3.5	Subjek Penelitian	58
3.5.1	Populasi	58
3.5.2	Sampel	59
3.5.3	Ukuran Sampel	60
3.5.4	Teknik Penarik Sampel	62
3.6	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	63
3.6.1	Hipotesis Riset	64
3.6.2	Hipotesis Statistik	64
3.7	Metode Pengumpulan Data	65
3.8	Validitas dan Reliabilitas	67
3.8.1	Validitas	67
3.8.2	Reliabilitas	69
3.9	Metode Analisis Data	72
3.9.1	<i>Univariate</i>	72
3.9.2	<i>Bivariate</i>	73
3.10	Definisi Operasional	77
3.11	Operasionalisasi Konsep	80
3.12	Waktu dan Tempat Penelitian	81
3.12.1	Waktu	81
3.12.2	Tempat	81
3.13	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		83
4.1	Hasil Penelitian	83
4.1.1	Hasil Penelitian Media Sosial Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert 8 Januari 2025"	83
4.1.2	Hasil Penelitian Sikap pada Media Sosial Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025.....	108

4.1.3	Nilai <i>Mean</i> Media Sosial Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025	129
4.1.4	Nilai <i>Mean</i> Variabel Sikap Kepercayaan Pengikut Akun Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025.....	132
4.1.5	Hasil Penelitian Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi Dengan Sikap Kepercayaan Pengikutnya pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025	136
4.2	Pembahasan Penelitian	140
4.2.1	Pembahasan Media Sosial Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025	140
4.2.2	Pembahasan Sikap Kepercayaan Media Sosial Instagram @gnfi pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025.....	143
4.2.3	Hasil Pembahasan Hubungan Media Sosial Instagram @gnfi Dengan Sikap Kepercayaan Pengikutnya pada konten "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari 2025	148
BAB V PENUTUP.....		155
5.1	Kesimpulan	155
5.2	Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA		159
LAMPIRAN		xx

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Profil Instagram @gnfi	2
Gambar 1.2	Jumlah Postingan Instagram @gnfi	4
Gambar 1.3	Postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” pada Instagram @gnfi	5
Gambar 1.4	Berita Ragukan Kualitas Patrick Kluivert, Suarakan PatrickKluivertOut	7
Gambar 1.5	Pertanyaan tentang mengetahui postingan Selamat Datang di akun @gnfi.....	11
Gambar 1.6	Pertanyaan tentang mengetahui isu kedatangan Patrick Kluivert menjadi pelatih Timnas Indonesia.....	12
Gambar 1.7	Pertanyaan tentang merasa tertarik mencari informasi lebih lanjut.....	13
Gambar 1.8	Pernyataan informasi yang diberikan pada akun Instagram @gnfi terpercaya	13
Gambar 2.1	Model penelitian hubungan media sosial <i>Instagram</i> @gnfi dengan sikap kepercayaan pengikutnya terhadap studi Eksplanatif pada konten “selamat datang patrick kluivert: resmi! Patrick kluivert menjadi pelatih timnas indonesia” pada tanggal 8 januari 2025)	52

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel (X)	129
Grafik 4.2 Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Sikap (Y)	133
Grafik 4.3 Hasil Uji <i>Scatter plot</i>	138



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1	Standar pengukuran KMO	67
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X)	68
Tabel 3.3	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (Y)	69
Tabel 3.4	Nilai Pengukuran Cronbach's Alpha.....	70
Tabel 3.5	Tabel <i>Case Processing Summary</i> Variabel Media Sosial (X)	70
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X)	71
Tabel 3.7	Hasil <i>Case Processing Summary</i> Variabel Sikap (Y)	71
Tabel 3.8	Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap (Y)	72
Tabel 3.9	Operasionalisasi Konsep	80
Tabel 4.1	Lambang garuda pada gambar di postingan Instagram @gnfi "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari menunjukkan informasi resmi.....	83
Tabel 4.2	Warna merah pada dasi pada gambar di postingan menciptakan kesan keberanian yang kuat	85
Tabel 4.3	Arah pandangan Patrick Kluivert menghadap ke tulisan selamat datang memberikan makna semangat untuk membawa perubahan positif	86
Tabel 4.4	Pengikut instagram @gnfi aktif berinteraksi melalui fitur <i>likes</i>	87
Tabel 4.5	Postingan @gnfi "Selamat Datang Patrick Kluivert" 8 Januari mendorong untuk memberi <i>likes</i>	88
Tabel 4.6	Respon (<i>feedback</i>) yang diberikan pengelola dapat meningkatkan kepercayaan pengikutnya	89
Tabel 4.7	Postingan "Selamat Datang Patrick Kluivert" pada 8 Januari 2025 memicu untuk dibagikan karena <i>trending</i>	90
Tabel 4.8	Postingan "Selamat Datang Patrick Kluivert" pada 8 Januari 2025 memicu untuk dibagikan karena <i>trending</i>	91

Tabel 4.9	Isi pesan pada postingan Instagram @gnfi “Selamat datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 mudah disampaikan	92
Tabel 4.10	Tampilan visual berupa foto pada postingan “Selamat Datang Patrcik Kluivert” memberi kesan serius yang dapat membentuk sikap pengikut saat melihat konten	93
Tabel 4.11	Informasi dalam konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” disusun dengan jelas sehingga membantu pengikut membentuk sikap terhadap isi konten.....	94
Tabel 4.12	Konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” dari akun @gnfi menunjukkan cara media sosial menyampaikan informasi yang mampu memengaruhi sikap pengikut	95
Tabel 4.13	Media sosial Instagram @gnfi secara resmi untuk mencari informasi informatif terkait pelatih Timnas Indonesia n=100 .	96
Tabel 4.14	Konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” di akun @gnfi membuat saya tertarik untuk tahu lebih banyak tentang peran organisasi dalam dunia sepak bola.....	97
Tabel 4.15	Gambar Patrick Kluivert membuat saya mengetahui pergantian pelatih timnas Indonesia	98
Tabel 4.16	Penggunaan huruf <i>serif</i> pada kata “Patrick Kluivert” membantu menarik perhatian pengikut terhadap isi utama dari postingan @gnfi	99
Tabel 4.17	Informasi dalam postingan @gnfi mengenai Selamat Datang Patrick Kluivert di <i>share</i> sebagai bentuk penyebaran informasi	100
Tabel 4.18	Jelas karena disampaikan melalui gambar yang didukung penjelasan teks singkat.....	101
Tabel 4.19	Warna merah hanya digunakan pada kata "Kluivert" untuk menarik perhatian pengikut pada nama pelatih yang baru datang	102

Tabel 4.20	Konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” pada 8 Januari 2025 menggunakan jenis font tegas sehingga memberi kesan serius	103
Tabel 4.21	Pemilihan gambar pada konten “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 mencuri perhatian	104
Tabel 4.22	Kombinasi <i>font</i> pada tulisan “Selamat Datang Patrick Kluivert” menarik perhatian karena menggunakan <i>font aesthetic</i> yang memberikan kesan unik	104
Tabel 4.23	Kombinasi <i>font</i> pada tulisan “Selamat Datang Patrick Kluivert” menarik perhatian karena menggunakan <i>font aesthetic</i> yang memberikan kesan unik	106
Tabel 4.24	Bahasa yang digunakan di konten Instagram @gnfi membuat saya tertarik	107
Tabel 4.25	Penggunaan <i>caption</i> postingan Instagram @gnfi “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 memberikan perhatian informasi terhadap pelatih baru Timnas Indonesia.....	108
Tabel 4.26	Gambar lambang garuda pada postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari menarik untuk dilihat.....	109
Tabel 4.27	Saya fokus saat membaca <i>caption</i> postingan @gnfi tentang “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025.....	110
Tabel 4.28	Informasi dari postingan @gnfi membuat berpikir lebih dalam tentang apa yang disampaikan	111
Tabel 4.29	Interaksi dalam postingan menunjukkan perhatian terhadap kualitas pelatih	112
Tabel 4.30	Detail postingan Instagram @gnfi “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 diperhatikan untuk memberikan kesimpulan.....	113
Tabel 4.31	Postingan Instagram “Selamat Datang Patrick Kluivert” Pada tanggal 8 Januari 2025 pada akun @gnfi menjadi sumber informasi terpercaya sejak pertama lihat.	114

Tabel 4.32 Menyadari postingan Instagram “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 pada akun @gnfi selalu berusaha memberikan konten yang relevan.....	115
Tabel 4.33 Informasi dari postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” di @gnfi sudah jadi bagian penting pengetahuan sehari-hari..	116
Tabel 4.34 Merasakan manfaat dari informasi dalam unggahan “Selamat Datang Patrick Kluivert” di akun @gnfi	117
Tabel 4.35 Melihat <i>Caption</i> postingan tersebut membuat pemahaman tentang Patrick Kluivert jadi lebih jelas.....	118
Tabel 4.36 Interaksi dengan postingan @gnfi tentang Patrick Kluivert memberikan pengalaman baru dalam mengikuti berita sepak bola.....	119
Tabel 4.37 Gambar postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” pada akun @gnfi membuat saya tertarik	120
Tabel 4.38 <i>Headline</i> dalam postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 memudahkan saya memahami informasi yang ditampilkan.....	121
Tabel 4.39 Desain visual dalam postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” pada akun @gnfi telah mencakup informasi yang memberikan respon	122
Tabel 4.40 Saya mengetahui informasi dari @gnfi tentang Patrick Kluivert menjadi pelatih Timnas Indonesia.....	123
Tabel 4.41 Postingan @gnfi merubah sikap saya terhadap kedatangan Patrick Kluivert.....	124
Tabel 4.42 Postingan @gnfi membuat saya aktif dalam berdiskusi tentang sepak bola Indonesia.....	125
Tabel 4.43 Postingan “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari mendorong saya untuk ikut berinteraksi	126
Tabel 4.44 Postingan @gnfi “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 membuat saya lebih sadar dengan Timnas Indonesia saat ini	127

Tabel 4.45 Setelah melihat postingan @gnfi “Selamat Datang Patrick Kluivert” 8 Januari 2025 saya lebih aktif mengikuti perkembangan Timnas Indonesia	128
Tabel 4.46 Nilai <i>Mean</i> Indikator variabel Media Sosial (X).....	131
Tabel 4.47 Tabel Nilai per Indikator Variabel Sikap (Y).....	134
Tabel 4.48 Hasil Uji Normalitas.....	136
Tabel 4.49 Hasil Uji Korelasi Pearson	139



Intelligentia - Dignitas