

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	12
1.5.1 Teori Perencanaan.....	13
1.5.2 Konsep <i>Branding</i>	19
1.5.3 Komponen Branding.....	23
1.5.4 Brand Engagement.....	25
1.6. Kerangka Pemikiran	30

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	30
2.1 Strategi Branding.....	30
2.1.1 Optimalizing Brand	30
2.2 Media Sosial	33
2.3 Instagram	36
2.4 Keterlibatan Penggemar	38
2.5 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Objek Penelitian	46
3.4 Lokasi Penelitian	47
3.5 Sumber Data	48
3.5.1 Data Primer	48
3.5.2 Data Sekunder.....	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1 Wawancara.....	49
3.6.2 Observasi	51
3.6.3 Studi Kepustakaan	51
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Reduksi Data.....	53
3.7.2 Penyajian Data	53
3.7.3 Penarikan Kesimpulan / Verifikasi	53
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	54
3.8.1 Triangulasi Sumber.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56

4.1 Gambaran Umum	56
4.1.1 Profil PSS Sleman.....	56
4.1.2 Deskripsi Akun Instagram PSS Sleman	57
4.1.3 Visi dan Misi PSS Sleman	58
4.1.4 Struktur Organisasi	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.2 Strategi Branding klub sepakbola PSS Sleman untuk meningkatkan keterlibatan penggemar	70
4.2.3 Instagram Metrics (Followers, like, impression, Story insights).....	80
4.2.4 Komponen Branding.....	85
4.2.5 Brand Engagement dengan Followers PSS Sleman	90
4.3 Pembahasan	94
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pengikut Instagram klub Liga 1 di Indonesia	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3. 1 List Informan Atau Subjek Penelitian.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo PSS Sleman.....	6
Gambar 1. 2 Instagram PSS Sleman	9
Gambar 1. 3 Kerangka Faktor Brand Engagement Pelanggan di Media Sosial ...	28
Gambar 1. 4 Bagan Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3. 1 Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman.....	53
Gambar 3. 2 Triangulasi Sumber Penelitian	55
Gambar 4. 1 Feed Instagram @PSSleman	57
Gambar 4. 2 Feed Instagram @PSSleman	74
Gambar 4. 3 Tagline klub PSS Sleman.....	75
Gambar 4. 4 Komentar positif di Instagram PSS Sleman.....	79
Gambar 4. 5 Kuis tebak skor pertandingan PSS Sleman	81
Gambar 4. 6 Video perkenalan pemain PSS Sleman	82
Gambar 4. 7 Arsip Story dari followers 2 Choirul Annam	83
Gambar 4. 8 Perilisan Jersey PSS Sleman 2023-2024.....	86
Gambar 4. 9 Konten ulang tahun ke 48 PSS Sleman.....	88
Gambar 4. 10 Giveaway ulang tahun ke 48 PSS Sleman	89
Gambar 4. 11 Feed ucapan ulang tahun fans oleh tim PSS Sleman	91
Gambar 4. 12 Postingan koreo dari Brigata Curva Sud.....	92
Gambar 4. 13 Karakteristik Brand Positioning Klub PSS Sleman	99
Gambar 4. 14 Karakteristik Brand identity Klub PSS Sleman	100
Gambar 4. 15 Karakteristik Brand Personality Klub PSS Sleman.....	101
Gambar 4. 16 Karakteristik Brand Communication Klub PSS Sleman.....	102
Gambar 4. 17 Karakteristik Komponen Branding Klub PSS Sleman.....	104