

## **BAB II**

### **ASTABRATA ARCHERY ACADEMY**

#### **2.1. Profil Astabrata Archery**

Astabrata Archery merupakan sebuah klub panahan yang terletak di Kota Semarang, Jawa Tengah. Klub ini didirikan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mengembangkan olahraga panahan di kalangan masyarakat, sekaligus menyediakan wadah bagi atlet yang berpotensi untuk berkompetisi di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Seiring dengan tumbuhnya minat terhadap olahraga panahan di Indonesia, Astabrata Archery mengambil peran penting dalam memajukan olahraga ini dengan menyediakan fasilitas latihan yang lengkap serta pelatihan yang terstruktur.

Sebagai sebuah akademi panahan, Astabrata Archery menawarkan program pelatihan yang ditujukan untuk peserta dari berbagai tingkat, mulai dari pemula hingga atlet berpengalaman. Program latihan yang disediakan oleh klub ini mencakup teknik dasar panahan, pengenalan alat, serta pengembangan keterampilan dalam cabang *Recurve* dan *Barebow*. Selain itu, klub ini juga mengutamakan pembinaan fisik dan mental bagi para atlet, sehingga para peserta tidak hanya terlatih dalam hal teknik tetapi juga dalam aspek kekuatan mental yang sangat penting dalam olahraga ini.

Fasilitas yang dimiliki oleh Astabrata Archery meliputi area latihan indoor dan outdoor, yang memungkinkan latihan dapat dilakukan kapan saja, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi peserta untuk berlatih sesuai dengan kondisi cuaca dan waktu yang tersedia. Selain itu, Astabrata Archery juga menyediakan peralatan standar panahan, sehingga para peserta dapat berlatih dengan alat yang sesuai dengan kebutuhan dan standar yang berlaku dalam olahraga panahan.

Astabrata Archery tidak hanya berfokus pada pembinaan atlet berprestasi, tetapi juga berperan aktif dalam memperkenalkan olahraga panahan kepada masyarakat luas. Klub ini secara berkala mengadakan kelas-kelas pengenalan panahan bagi masyarakat umum, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat terhadap olahraga ini. Melalui kelas-kelas tersebut, Astabrata Archery berharap dapat menumbuhkan minat panahan di kalangan masyarakat, serta memberikan kesempatan bagi individu untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam olahraga ini.

Sebagai bagian dari organisasi yang diakui, Astabrata Archery juga memiliki hubungan yang erat dengan Persatuan Panahan Indonesia (PERPANI), yang memungkinkan klub ini untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan dan kompetisi olahraga panahan di tingkat nasional. Selain itu, hubungan ini juga memberikan akses kepada klub untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak guna meningkatkan kualitas pembinaan dan pengembangan olahraga panahan di Indonesia.

## **2.2. Layanan dan Aktivitas Pelatihan**

Astabrata Archery tidak hanya menyediakan program pelatihan yang dapat diikuti oleh berbagai kalangan, tetapi juga didukung oleh fasilitas yang mendukung pengembangan keterampilan atlet secara maksimal. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai dua elemen penting dalam klub ini, yaitu kelas panahan untuk semua tingkatan dan fasilitas klub panahan yang tersedia.

### **2.2.1. Kelas Panahan Untuk Semua Tingkatan**

Astabrata Archery menyediakan kelas panahan yang terbuka untuk berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Setiap peserta dibimbing oleh pelatih bersertifikat yang berpengalaman sehingga latihan berjalan aman dan efektif. Klub menekankan penguasaan teknik dasar seperti memegang busur, postur tubuh, serta konsentrasi pada target. Kelas ini dirancang untuk

pemula yang baru mengenal panahan hingga peserta yang ingin meningkatkan kemampuan mereka. Dengan pendekatan ini, peserta dapat belajar secara progresif sesuai tingkat kemampuan masing-masing.

Peserta minimal berusia enam tahun, sehingga anak-anak dapat memulai latihan sejak usia dini. Kelas panahan memperhatikan aspek keselamatan dan kenyamanan anak selama berlatih. Latihan disusun dengan intensitas yang sesuai usia agar anak-anak dapat menikmati proses belajar tanpa merasa terbebani. Pemilihan busur dan peralatan disesuaikan dengan ukuran dan kekuatan peserta muda. Hal ini membantu menciptakan pengalaman awal yang positif dan mendorong minat jangka panjang dalam panahan.

Klub juga membuka kelas untuk semua golongan, termasuk pria, wanita, difabel, dan peserta lanjut usia. Hal ini menunjukkan komitmen Astabrata Archery terhadap inklusivitas dan aksesibilitas olahraga panahan. Pelatih memberikan arahan khusus sesuai kebutuhan peserta, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan fisik. Lingkungan latihan dibuat ramah dan mendukung semua peserta untuk belajar tanpa hambatan. Pendekatan ini menciptakan suasana yang inklusif, nyaman, dan memotivasi peserta dari berbagai latar belakang.

Frekuensi latihan disesuaikan dengan jenis kelas yang diambil oleh peserta. Kelas hobi diadakan satu kali per minggu untuk peserta yang ingin mencoba panahan secara santai. Kelas pemula menawarkan dua kali latihan per minggu agar peserta dapat memahami teknik dasar dengan baik. Kelas prestasi dan prestasi khusus dirancang untuk latihan lebih intensif, tiga hingga empat kali per minggu, dengan fokus peningkatan kemampuan. Fleksibilitas ini memungkinkan peserta memilih program yang sesuai dengan tujuan dan jadwal mereka.

Kelas panahan di Astabrata Archery tidak hanya mengajarkan keterampilan fisik, tetapi juga pengembangan mental dan strategi. Peserta belajar mengatur fokus, disiplin, serta konsentrasi saat latihan. Pelatih memberikan evaluasi berkala dan umpan balik untuk meningkatkan kemampuan teknik. Selain itu, kelas ini juga mempersiapkan peserta untuk pengalaman kompetisi, baik internal maupun eksternal. Pendekatan holistik ini memastikan setiap peserta berkembang secara menyeluruh dari dasar hingga kemampuan lanjutan.

#### 2.2.2. Fasilitas Klub Panahan

Astabrata Archery Academy menyediakan fasilitas pelatihan yang lengkap untuk mendukung kegiatan belajar panahan bagi semua peserta. Klub memiliki lapangan Indoor dan Outdoor yang memadai, sehingga latihan dapat dilakukan sepanjang tahun tanpa terganggu cuaca. Lapangan ini dirancang untuk berbagai tingkat kemampuan, dari pemula hingga atlet berprestasi. Penataan lapangan memperhatikan keselamatan peserta dan memberikan ruang cukup bagi setiap anggota untuk berlatih. Dengan fasilitas yang memadai, peserta dapat berlatih secara optimal dan fokus pada teknik menembak.

Pelatih yang berpengalaman dan bersertifikat mendampingi setiap sesi latihan, memastikan peserta belajar teknik menembak yang benar dan aman. Kehadiran pelatih juga membantu peserta memahami strategi, postur, dan ritme menembak. Evaluasi dan bimbingan personal diberikan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan peserta. Selain itu, pelatih bertanggung jawab mengawasi penggunaan peralatan agar tidak terjadi cedera. Kombinasi pelatihan yang terstruktur dan pendampingan profesional ini menciptakan lingkungan belajar yang efektif.

Peralatan panahan tersedia lengkap, terutama bagi pemula yang baru belajar olahraga ini. Klub menyediakan busur dan panah dengan ukuran dan kekuatan yang disesuaikan untuk anak-anak, remaja, dan dewasa. Peralatan ini dirancang

aman dan nyaman digunakan sehingga peserta dapat fokus pada teknik menembak. Selain itu, fasilitas penunjang seperti target dan pelindung tambahan juga tersedia. Ketersediaan peralatan yang lengkap membantu mempercepat proses belajar dan meningkatkan kepercayaan diri peserta.

Fasilitas pendukung lainnya meliputi musholla, toilet bersih, dan ruang tunggu yang nyaman. Musholla memungkinkan peserta atau pengunjung menjalankan ibadah dengan tenang sebelum atau sesudah latihan. Toilet bersih menjaga kenyamanan peserta selama berada di klub. Ruang tunggu yang nyaman memberikan tempat bagi orang tua atau pendamping peserta untuk menunggu tanpa terganggu suasana latihan. Kombinasi fasilitas ini mendukung kenyamanan dan keamanan seluruh pengunjung klub.

Klub juga menyediakan fasilitas parkir luas yang gratis dan kantin untuk memenuhi kebutuhan peserta dan pengunjung. Parkir yang memadai memudahkan peserta maupun anggota keluarga yang mengantar untuk datang ke klub. Kantin menyediakan makanan dan minuman ringan agar peserta tetap bertenaga selama latihan. Selain itu, klub memiliki kolam renang dengan tarif terjangkau, menambah fasilitas rekreasi bagi anggota. Fasilitas penunjang ini menjadikan Astabrata Archery tidak hanya sebagai tempat latihan, tetapi juga sebagai pusat kegiatan .

Secara keseluruhan, fasilitas yang disediakan Astabrata Archery Academy mencakup seluruh aspek yang diperlukan untuk mendukung latihan panahan yang efektif dan nyaman. Lapangan, peralatan, dan pelatih profesional menjadi fasilitas inti untuk mengembangkan kemampuan teknis peserta. Sementara fasilitas penunjang, seperti musholla, toilet, ruang tunggu, parkir, kantin, dan kolam renang, memastikan kenyamanan dan keselamatan peserta. Dengan fasilitas yang lengkap ini, klub mampu memberikan pengalaman latihan yang

optimal bagi semua usia dan golongan. Hal ini juga meningkatkan daya tarik klub dan mendukung pertumbuhan panahan di Semarang.

### 2.3. Instagram @astrabrataarchery

Akun Instagram @astrabrataarchery merupakan platform yang fokus pada dunia panahan, dengan konten-konten yang menggambarkan berbagai kegiatan, tips, serta produk terkait olahraga panahan. Akun ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat dan menginspirasi para penggemar panahan. Dalam rangka mempertahankan konsistensi dan Engagement dengan pengikutnya, akun ini menetapkan target untuk mengunggah satu kali dalam seminggu. Setiap unggahan dirancang untuk menarik perhatian audiens, baik melalui gambar visual yang menarik, video latihan, atau tips-tips seputar teknik panahan. Dengan jadwal rutin ini, @astrabrataarchery berharap dapat terus memperkuat hubungan dengan panahan serta memperkenalkan olahraga ini ke lebih banyak orang.



Gambar 2. 1 Akun Instagram Astabrata Archery

Sumber : Astabrata Archery, 2026

Akun Instagram Astabrata Archery menampilkan berbagai informasi menarik seputar kegiatan panahan di Semarang, termasuk pendaftaran untuk kelas panahan dan pengumuman lomba. Dengan menggunakan gambar yang menarik dan informatif, akun ini mempromosikan pelatihan dan kompetisi panahan bagi berbagai kalangan. Setiap unggahan menyertakan informasi terbaru tentang jadwal latihan, hasil lomba, serta prestasi yang diraih oleh peserta. Di samping itu, akun ini juga menunjukkan kegiatan yang aktif, dengan menampilkan foto-foto dari berbagai acara dan rekapan pelatihan.

Astabrata Archery memanfaatkan Instagram sebagai ekosistem digital utama untuk membangun, memperkenalkan olahraga panahan, dan mempromosikan kegiatan klub. Akun resmi Instagram @astabrataarchery digunakan untuk membagikan konten yang informatif, edukatif, dan menarik bagi audiens dari berbagai usia dan latar belakang. Instagram menjadi saluran utama dalam menyampaikan informasi kegiatan klub, update jadwal kelas, serta prestasi anggota.

Konten yang dibagikan di Instagram dikategorikan berdasarkan tujuan dan target audiens. Misalnya, feed menampilkan foto dan video berkualitas tinggi tentang latihan teknik, kompetisi, dan pencapaian anggota. Instagram Stories digunakan untuk update cepat, pengumuman jadwal latihan, dan cuplikan kegiatan harian anggota klub. Reels dimanfaatkan untuk konten dinamis yang dapat menarik perhatian audiens lebih luas dengan format singkat dan kreatif. Pendekatan multi-format ini memungkinkan klub menjangkau audiens yang berbeda serta meningkatkan peluang interaksi seperti like, komentar, dan share.

Astabrata Archery juga memanfaatkan Instagram sebagai platform EWOM (*Electronic Word of Mouth*) untuk membangun reputasi dan kredibilitas klub. Testimoni anggota yang dibagikan melalui Stories menjadi bukti sosial yang memperkuat kepercayaan calon anggota. Pengalaman positif anggota dalam latihan dan kompetisi disebarkan secara digital untuk memengaruhi niat bergabung

pengikut baru. Pendekatan ini lebih efektif dibandingkan promosi konvensional karena informasi berasal dari pengalaman nyata peserta. Dengan EWOM, klub mampu memperluas jangkauan promosi secara organik.

Interaksi aktif dengan pengikut menjadi indikator keberhasilan ekosistem digital ini. Komentar, like, dan repost dari pengikut menunjukkan keterikatan emosional dan minat terhadap konten klub. Klub juga mendorong *User-Generated Content* (UGC) dengan mengajak anggota membagikan pengalaman latihan mereka. UGC ini tidak hanya meningkatkan Engagement, tetapi juga memperluas jangkauan promosi secara alami. Aktivitas interaktif ini membantu memperkuat dan membangun loyalitas anggota di platform digital.

Instagram @astabrataarchery juga digunakan sebagai sarana edukasi digital. Klub membagikan tips latihan, teknik menembak, serta informasi teori panahan untuk meningkatkan pemahaman pengikut. Konten edukatif ini menambah nilai bagi audiens yang tertarik dengan olahraga panahan, sekaligus membangun kredibilitas klub sebagai lembaga yang profesional dan berkompeten. Audiens tidak hanya mendapatkan hiburan, tetapi juga informasi yang bermanfaat untuk praktik dan pengembangan kemampuan. Dengan konten edukatif, klub mendukung pembelajaran berkelanjutan bagi anggota maupun pengikut baru.

Secara keseluruhan, ekosistem digital Instagram @astabrataarchery berfungsi sebagai media promosi, edukasi, dan interaksi. Klub memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk menyampaikan konten secara kreatif, interaktif, dan informatif. Strategi digital ini membantu membangun brand awareness, meningkatkan *Engagement*, serta mendorong niat bergabung calon anggota baru. Dengan pengelolaan akun yang profesional,

## 2.4. Strategi Sosial Media Instagram Astabrata Archery

Dalam upaya memperluas jangkauan dan mengonversi perhatian publik menjadi keputusan riil calon anggota, Astabrata Archery Academy menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital yang terstruktur. Strategi ini dirancang secara sinergis dengan menggabungkan kekuatan performa mesin pencari (*Search Engine*) dan optimalisasi fitur interaktif di platform Instagram untuk membangun keterikatan audiens yang mendalam.

### 2.4.1. Sinergi Performa Web dan Media Sosial: Penerapan SEO dan SEM pada *Social Media Marketing*

Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) pada aktivitas media sosial (*Social Media SEO*) difokuskan untuk mengoptimalkan penemuan profil dan konten akademi di berbagai mesin pencari. Taktik ini dioperasionalkan dengan menyelaraskan penggunaan kata kunci strategis, seperti "pelatihan memanah profesional" atau "akademi panahan", pada bagian bio profil, takarir (*caption*), dan tagar (*hashtag*) di setiap unggahan berkala. Optimasi struktural ini memastikan bahwa algoritma mesin pencari dapat mengindeks konten media sosial akademi secara organik saat masyarakat melakukan pencarian eksternal. Dampak multiplikasi dari *Social Media SEO* ini mempermudah terjangungnya audiens potensial yang memiliki tingkat ketertarikan tinggi sejak fase pencarian awal di internet.

Untuk melengkapi jangkauan organik, akademi secara sinergis menerapkan strategi *Search Engine Marketing* (SEM) untuk mengarahkan lalu lintas pencarian berbayar secara langsung menuju halaman pendaratan (*landing page*) media sosial pemasaran akademi. Melalui peluncuran kampanye iklan berbayar di mesin pencari yang dikombinasikan dengan iklan terarah di platform digital, manajemen dapat mengamankan visibilitas teratas secara instan saat persaingan kata kunci meningkat. Iklan berbayar tersebut dikonfigurasi secara spesifik

berdasarkan parameter demografi, wilayah geografis, dan ketertarikan audiens terhadap aktivitas olahraga. Kombinasi taktis antara SEO dan SEM pada akhirnya menciptakan dominasi eksposur yang kuat guna mengarahkan calon pendaftar masuk ke dalam ekosistem pemasaran media sosial akademi.

Keberadaan ekosistem pencarian yang berpusat pada optimalisasi media sosial ini dimaksimalkan untuk mengukur volume konversi dan preferensi audiens yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap program akademi. Pihak manajemen melakukan pemantauan berkala terhadap metrik digital hasil kampanye SEO dan SEM, seperti jumlah klik iklan yang mengarah ke profil, durasi interaksi, hingga tingkat konversi pengisian formulir pendaftaran digital yang tertaut. Evaluasi analitik ini sangat penting untuk menilai efisiensi alokasi anggaran pemasaran serta mengukur daya tarik pesan yang disajikan terhadap respon audiens. Melalui pencatatan metrik digital yang terintegrasi ini, tren komitmen dan keinginan bergabung dari calon pendaftar dapat dideteksi dan diproyeksikan secara berkala.

#### 2.4.2. Pemanfaatan Meta Business Suite & Instagram Insights

Dalam menjalankan fungsi administrasi dan pengawasan ekosistem digitalnya, Astabrata Archery Academy mengintegrasikan Meta Business Suite sebagai dasbor kontrol utama (*main dashboard*). Perangkat manajerial komersial ini digunakan secara taktis oleh manajemen untuk menyatukan kendali operasional antara akun Instagram resmi @astrabrataarchery dengan halaman Facebook penunjang. Melalui dasbor siber ini, tim pemasar dapat melakukan manajemen publikasi lintas platform secara simultan, mengelola pengarsipan pesan masuk, dan mengoperasikan fitur penjadwalan konten otomatis (*automated scheduling*). Penjadwalan ini diatur berdasarkan perhitungan waktu tayang terbaik, sehingga menjamin kontinuitas kehadiran merek di ruang siber tanpa

menuntut eksekusi manual harian yang rentan terhadap inkonsistensi waktu unggah.

Guna mengevaluasi efektivitas pesan pemasaran yang dilepaskan ke ruang digital, alat ini menyediakan laporan metrik kesadaran (*awareness metrics*) secara terperinci melalui menu Instagram Insights. Manajemen melakukan pemantauan berkala terhadap indikator makro seperti *Impressions* (total frekuensi tayangan konten di layar pengguna) dan *Account Reached* (jumlah akun unik yang berhasil menjangkau unggahan). Data kuantitatif ini sangat krusial untuk mengukur sejauh mana algoritma Instagram mendistribusikan materi promosi akademi secara organik kepada pengguna di luar lingkaran pengikut lama. Evaluasi berkala terhadap metrik jangkauan ini mempermudah pihak manajemen dalam mendeteksi jenis konten mana saja yang memiliki daya sebar tinggi dan mampu menembus batasan visibilitas platform.

Lebih dari sekadar memantau jangkauan permukaan, Instagram Insights dioptimalkan sebagai instrumen pengukur metrik keterlibatan (*engagement metrics*) audiens secara mikro. Komponen ini mencakup pencatatan akumulasi volume interaksi harian, yang meliputi tindakan pengguna berupa memberikan tanda suka (*likes*), meninggalkan umpan balik di kolom komentar (*comments*), membagikan ulang materi (*shares*), hingga menyimpan kiriman (*saves*). Tingginya volume interaksi pada item tertentu memberikan indikasi empiris mengenai kedalaman atensi dan ketertarikan psikologis pengguna terhadap visualisasi yang disajikan. Analisis komparatif terhadap metrik keterlibatan ini membantu akademi memetakan karakteristik pesan yang paling responsif dan dinilai berharga oleh komunitas digital sasarannya.

Pada tahapan yang lebih krusial, Meta Business Suite difungsikan untuk melacak metrik konversi (*conversion metrics*) yang menjadi jembatan penentu keputusan akhir calon anggota. Alat analitis ini secara presisi mencatat

frekuensi Klik Tautan (*link clicks*) pada bio profil yang mengarah langsung ke saluran pendaftaran kelas uji coba, serta volume *Direct Message* (DM) yang bersifat mengajukan pertanyaan lanjutan. Data konversi ini menjadi pisau analisis utama untuk mendeteksi keberadaan kesenjangan empiris (*empirical gap*), seperti kondisi ketika lonjakan interaksi konten tidak diikuti oleh tindakan klik pendaftaran. Melalui pemantauan indikator konversi siber yang ketat, manajemen dapat langsung melakukan tindakan korektif terhadap alur komunikasi pemasaran digital yang dinilai mengalami hambatan atau kegagalan konversi.

Terakhir, Meta Business Suite memfasilitasi penarikan data deskriptif mengenai demografi audiens yang aktif berinteraksi di dalam platform. Laporan analitis ini merinci karakteristik pengikut berdasarkan kategorisasi jenis kelamin, sebaran rentang usia, serta asal wilayah geografis secara realtime. Pengetahuan mendalam mengenai profil demografis audiens siber ini sangat vital bagi Astabrata Archery Academy untuk menyelaraskan gaya bahasa, tone warna visual, dan muatan informasi agar selaras dengan preferensi kelompok mayoritas pengguna digital. Melalui pemanfaatan menyeluruh dari perangkat analitis Meta ini, pengambilan keputusan pemasaran digital tidak lagi didasarkan pada intuisi subjektif, melainkan bertumpu pada validasi data empiris yang terukur secara ilmiah.

## **2.5. Deskripsi Identitas Responden**

### **2.5.1. Demografis Responden**

Responden penelitian ini terdiri dari berbagai kelompok usia, mulai dari anak muda hingga dewasa. Mayoritas peserta termasuk generasi muda, sehingga mereka cenderung lebih aktif menggunakan media digital, termasuk Instagram. Penyebaran usia yang beragam memungkinkan penelitian untuk menilai persepsi dari berbagai kelompok umur terhadap konten digital klub. Dengan

variasi usia ini, hasil penelitian dapat mencerminkan tanggapan yang representatif dari seluruh kelompok peserta. Hal ini penting untuk memahami pengaruh strategi digital terhadap niat bergabung anggota baru.

Tingkat pendidikan responden bervariasi, mulai dari lulusan sekolah menengah hingga pendidikan tinggi. Mayoritas responden memiliki pendidikan menengah ke atas, yang memengaruhi kemampuan mereka dalam memahami konten edukatif yang disampaikan melalui Instagram. Tingkat pendidikan ini juga memengaruhi cara peserta menerima informasi dan berinteraksi dengan konten digital. Informasi ini membantu klub menyesuaikan kompleksitas konten dan gaya komunikasi yang sesuai dengan audiens. Dengan pemahaman tersebut, konten yang disajikan dapat lebih mudah diterima dan dipahami.

Latar belakang pekerjaan responden juga beragam, mulai dari pelajar atau mahasiswa hingga pegawai swasta, pegawai negeri, dan wiraswasta. Keragaman ini mencerminkan bahwa peserta panahan yang aktif menggunakan media digital berasal dari berbagai profesi dan tingkat aktivitas. Hal ini memengaruhi preferensi waktu latihan dan cara mereka mengakses konten digital. Informasi tentang pekerjaan peserta membantu klub menyesuaikan jadwal latihan dan strategi komunikasi secara lebih fleksibel. Dengan demikian, semua kelompok dapat terlibat secara maksimal dalam aktivitas klub dan media sosial.

Frekuensi penggunaan Instagram oleh responden menunjukkan bahwa sebagian besar peserta aktif menggunakan platform ini setiap hari. Hal ini menegaskan bahwa Instagram menjadi media utama untuk memperoleh informasi tentang kegiatan klub, jadwal latihan, dan prestasi anggota. Tingginya frekuensi penggunaan mendukung efektivitas strategi pemasaran digital dan komunikasi klub. Peserta yang rutin menggunakan Instagram cenderung lebih mudah terlibat dengan konten, membagikan pengalaman, dan

menyebarkan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, platform digital ini menjadi sarana yang efektif untuk membangun panahan di Astabrata Archery.

#### 2.5.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh pengunjung Astabrata Archery yang aktif mengikuti akun instagram panahan. Dengan cakupan populasi yang luas, penelitian dapat memperoleh gambaran yang representatif mengenai karakteristik dan persepsi peserta terhadap konten digital klub. Populasi ini dipilih karena memiliki pengalaman langsung dengan kegiatan latihan dan interaksi di Instagram @astabrataarchery. Hal ini memungkinkan penelitian untuk menilai secara akurat hubungan antara penggunaan media digital dan niat bergabung anggota baru.

Sampel penelitian diambil dari populasi tersebut menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu memilih peserta yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi aktif menggunakan Instagram sebagai sarana informasi dan interaksi dengan klub. Sampel yang dipilih mencakup berbagai usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan pengalaman latihan, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan variasi karakteristik populasi secara umum. Pemilihan sampel yang tepat memungkinkan analisis data yang valid dan dapat digeneralisasikan. Teknik *purposive sampling* ini memastikan bahwa responden yang dipilih memiliki pengalaman dan pengetahuan yang memadai terkait kegiatan klub dan media digital yang digunakan.

Sampel yang terpilih diberikan kuesioner untuk mengumpulkan data terkait demografis, frekuensi penggunaan Instagram, interaksi dengan konten klub, dan niat bergabung. Responden juga diminta memberikan informasi mengenai tingkat keterlibatan digital mereka. Data yang dikumpulkan dari sampel ini

menjadi bahan utama untuk analisis statistik dan uji hipotesis. Dengan demikian, sampel yang representatif memungkinkan penelitian menghasilkan temuan yang valid dan relevan.

### 2.5.3. Data Deskriptif Responden

Dalam penelitian ini melibatkan 100 respon yang terdiri dari demografi pada tabel di bawah ini.

*Tabel 2. 1 Demografi Responden Penelitian*

<b>Karakteristik</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
<b>Usia (Tahun)</b>		
18-24	44	44%
25-35	36	36%
36-45	10	10%
> 45	0	0%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMA/SMK	5	5%
DIPLOMA	8	8%
SARJANA	74	74%
PASCASARJANA	13	13%
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar/Mahasiswa	15	15%
Pegawai Negeri	11	11%
Pegawai Swasta	35	35%
Wiraswasta	39	39%

Sumber : Peneliti, 2026

Pada tabel 2.1 menunjukkan hasil distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Pada kategori jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, dengan persentase 61% atau sebanyak 61 orang, sedangkan laki-laki hanya 39% dengan jumlah 39 orang. Hal ini menunjukkan bahwa survei ini didominasi oleh responden perempuan, yang bisa jadi mencerminkan minat yang lebih besar dari kelompok ini terhadap topik yang diteliti.

Pada kategori usia, mayoritas responden berada dalam rentang usia 18-24 tahun, dengan jumlah 44 orang atau 44% dari total responden. Kelompok usia 25-35 tahun menyumbang 36% dengan jumlah 36 orang, sementara kelompok usia 36-45 tahun hanya terdiri dari 10 orang atau 10%. Menariknya, tidak ada responden yang berusia di atas 45 tahun, yang menunjukkan bahwa survei ini lebih dominan di kalangan kelompok usia muda.

Dari segi pendidikan terakhir, sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana, dengan jumlah 74% atau sebanyak 74 orang. Pendidikan pascasarjana diikuti oleh 13% responden, sedangkan diploma dan SMA/SMK masing-masing hanya diwakili oleh 8% dan 5% responden. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah menyelesaikan pendidikan tinggi, sehingga bisa memberikan pandangan yang lebih mendalam dan kritis terhadap pertanyaan yang diajukan.

Pada kategori pekerjaan, terdapat variasi yang cukup besar dalam jenis pekerjaan responden. Pekerjaan dengan jumlah terbanyak adalah wiraswasta, yang mencakup 39% atau 39 orang responden. Diikuti oleh pegawai swasta sebanyak 35% dan mahasiswa sebanyak 15%. Sementara itu, pegawai negeri hanya terdiri dari 11% responden. Dengan distribusi ini, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden berasal dari sektor swasta dan wiraswasta, serta ada sejumlah mahasiswa yang berpartisipasi dalam survei ini.