UNIVERSITAS GADJAH MADA
PERAN ATTA HALILINTAR SEBAGAI INFLUENCER DALAM MEMPROMOSIKAN OLAHRAGA FUTSAL DI INDONESIA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: STUDI KUALITATIF TERHADAP PELAKU EKOSISTEM FUTSAL INDONESIA
Fabien Fadhail, Dr. Muhamad Sulhan , S.I.P, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran Atta Halilintar sebagai influencer dalam membangun visibilitas dan representasi futsal melalui Instagram, serta bagaimana pelaku ekosistem futsal memaknai peran media sosial dalam menjaga eksistensi futsal di era digital. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme interpretatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan, yaitu satu pengurus Federasi Futsal Indonesia (FFI), satu wasit futsal, dan tiga pelatih futsal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu perkembangan futsal telah bergeser dari isu teknis-olahraga menjadi isu media dan komunikasi. Atta Halilintar berfungsi bukan sekadar sebagai promotor, melainkan sebagai influencer yang menghasilkan perhatian, memperkuat visibilitas, dan menjadi sumber kredibilitas melalui personal branding yang ia bangun secara konsisten. Modal media dan modal simbolik yang dimilikinya terbukti mendistribusikan perhatian publik terhadap futsal lebih luas dibandingkan kanal resmi federasi, meskipun keberlanjutannya tetap bergantung pada pembinaan dan ekosistem yang kuat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam konteks digital saat ini, futsal perlu dipahami sebagai objek komunikasi, bukan semata aktivitas fisik.

Kata Kunci: Atta Halilintar, influencer, futsal, Instagram, ekonomi politik komunikasi.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PERAN ATTA HALILINTAR SEBAGAI INFLUENCER DALAM MEMPROMOSIKAN OLAHRAGA FUTSAL DI INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: STUDI KUALITATIF TERHADAP PELAKU EKOSISTEM FUTSAL INDONESIA
Fabien Fadhail, Dr. Muhamad Sulhan , S.I.P, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This study analyzes the role of Atta Halilintar as an influencer in building the visibility and representation of futsal through Instagram, and how futsal actors perceive social media's role in sustaining the sport's existence in the digital era. It employs an interpretive constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with five informants: one official from the Indonesian Futsal Federation (FFI), one futsal referee, and three futsal coaches. The findings show that futsal's development has shifted from a technical-sport issue into a media and communication issue. Atta Halilintar functions not merely as a promoter but as an influencer who generates attention, strengthens visibility, and serves as a source of credibility through personal branding. His media and symbolic capital distribute public attention toward futsal more broadly than official federation channels, although sustainability still depends on coaching and a strong ecosystem. The study concludes that futsal should be understood as an object of communication, not merely a physical activity.

Keywords: *Atta Halilintar, influencer, futsal, Instagram, political economy of communication.*