

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

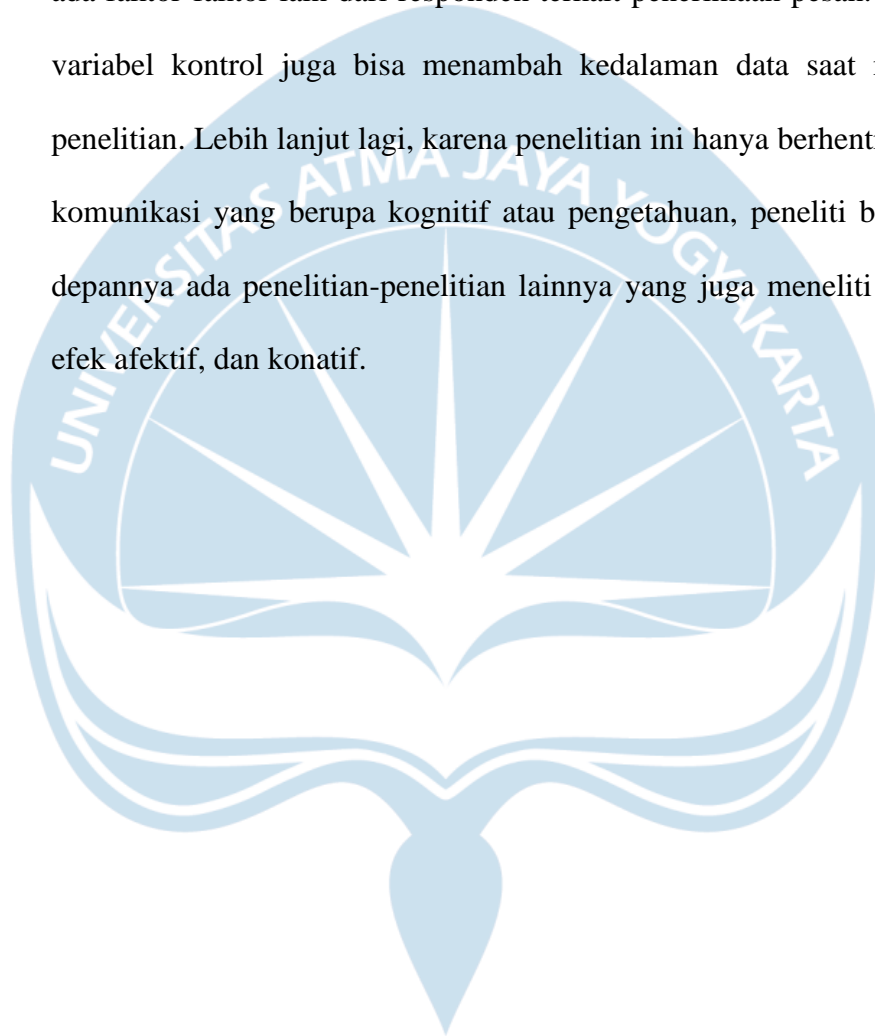
#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel terpaan tayangan (X), dan pengetahuan (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan tentang terpaan tayangan dengan pengetahuan. Pada penelitian ini, data primer diambil dengan menggunakan kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden. Responden pada penelitian ini adalah siapa saja yang telah terterpa tayangan Napas Terakhir dari Narasi Newsroom. Berdasarkan hasil olah data Uji Korelasi Spearman Rank, dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel terpaan tayangan (X), dengan pengetahuan (Y). Hasil olah data Uji Korelasi Spearman Rank menunjukkan nilai Sig (2-tailed) menunjukkan nilai sebesar 0,063. Dalam Uji Korelasi Spearman Rank, suatu variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan dengan variabel lainnya apabila nilai Sig (2-tailed) nya  $< 0,05$ . Maka berdasarkan hasil Uji Korelasi Spearman Rank, kesimpulan dari penelitian ini adalah tidak terdapat hubungan antara variabel terpaan tayangan (X) dengan pengetahuan (Y).

#### **B. SARAN**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari terdapat keterbatasan mengenai tidak adanya variabel kontrol dalam penelitian. Dalam konteks hubungan terpaan tayangan dengan pengetahuan, variabel

kontrol dapat digunakan untuk melihat apakah ada faktor lain yang memengaruhi proses penerimaan pesan. Harapannya pada penelitian selanjutnya, peneliti yang melakukan penelitian serupa dapat mengetahui ada faktor-faktor lain dari responden terkait penerimaan pesan. Selain itu, variabel kontrol juga bisa menambah kedalaman data saat melakukan penelitian. Lebih lanjut lagi, karena penelitian ini hanya berhenti pada efek komunikasi yang berupa kognitif atau pengetahuan, peneliti berharap ke depannya ada penelitian-penelitian lainnya yang juga meneliti hingga ke efek afektif, dan konatif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. N., & Nasionalita, K. (2018). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Pengetahuan Pelajar Mengenai Hoax (Studi Pada Program Diseminasi Informasi Melalui Media Jukrak Di SMKN 1 Pangandaran). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 120. <https://doi.org/10.12928/channel.v6i1.10217>
- Apriliyanti, F., Uljanatunnisa, U., & Azwar, A. (2020). Pengaruh Terpaan Kanal Detikpemilu Detik.Com Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 146–156. <https://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.17643>
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. *JURNAL ILMIAH Semarang*, 1(1), 111.
- Asmoro, A. A. (2015). Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Pengetahuan Korean Music Popular (K-Pop) Di Soulmate Community Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 473–485.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (6th ed.). Cengage Learning.
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube : Seni Komunikasi Dakwah Dan Media. *AL-HIKMAH: Jurnal Dakwah*, 13, 23–38.
- DeFleur, M. L. (2010). *Mass Communication Theory Explaining Origins, Processes, and Effects* (First). Routledge.
- Dominic, J. R. (2005). *The Dynamics of Mass Communication*. McGraw-Hill.
- Dr. Asep Hermawan, M. S. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (1st ed.). PT Grasindo.
- Fitriana, D. (2015). Efek Tayangan Reportase Investigasi Di Transtv Episode Makanan Berbahaya Pada Masyarakat Rt. 22 Kelurahan Pelita Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 3(3), 10.

- Flew, T., & Smith, R. (2008). *New Media: An introduction (3rd Edition)* (p. 304).
- Grahita, W., Erdinaya, L. K., & Subekti, P. (2012). Hubungan antara Terpaan Tayangan Reportase Investigasi TRANS TV dengan Persepsi Penonton pada Tindak Kejahatan dan Penipuan. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 1–10.
- Haliem, P. O., Rusdi, F., & Utami, B. (2019). Pengaruh Terpaan Media Line Webtoon Wonderwall terhadap Opini Pembaca Mengenai Isu Kesehatan Mental. *Prologia*, 2(2), 458. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3730>
- Ipa, M., & Laksono, A. D. (2014). Analisis Potensi Promosi Pengendalian Penyakit Demam Berdarah Dengue Melalui Youtube. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 17(1 Jan), 97–106.
- Johnston, K. A., & Taylor, M. (2018). *The Handbook of Communication Engagement* (1st ed.). Wiley-Blackwell.
- Komalasari, B. (2018). Analisis Penggunaan Internet Sebagai Referensi Mahasiswa Stain Curup. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1).
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian- ISSN*, 3(1), 90–95.
- Pratama, Y., & Sri, W. H. (2020). Hubungan Terpaan Berita COVID-19 di Televisi dan Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Kecemasan Masyarakat dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. *Interaksi Online*, 9(1), 1–5.
- Reynata Deyna, C. (2021). Pengaruh Terpaan Postingan Di Instagram Dan Daya Tarik Pesan Iklan Di Youtube Kemenkes\_Ri Terhadap Vaksin Covid 19. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 48–60.
- Rini, N. P. Y. P., Gelgel, N. M. R. A., & Suryawati, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 Pada LINE Today Terhadap Kecemasan Mahasiswa Universitas Udayana. *E-Jurnal Medium*, 2, 1–6.
- Sari, A. M. M. (2014). Hubungan Antara Terpaan Pemberitaan Hiv/Aids Di Surat Kabar Kaltim Post Dan Kecemasan Remaja Di Smk Negeri 2 Samarinda.

*EJournal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 203–217.

Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Penerbit Alfabeta.

Sunarsi, D. (2019). Pengaruh Kompensasi, Komunikasi Dan Stress Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Pt Catur Putra Jaya Kota Depok - Jawa Barat. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2), 113–127. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i2.2543>

Thomas, R. K. (2006). Health Communication. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Springer Science+Business Media, Inc.

West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (3rd ed.). Penerbit Salemba Humanika.

Wilujeng, C. S., & Handaka, T. (2017). *Komunikasi Kesehatan: Sebuah Pengantar* (1st ed.). UB Press.

**LAMPIRAN**



**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER PENELITIAN**



Halo! Perkenalkan, saya Ignatius Bima Mahendra, mahasiswa tingkat akhir Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang menyusun tugas akhir yang berjudul Hubungan Terpaan Tayangan Napas Terakhir di Kanal YouTube Narasi Newsroom terhadap Pengetahuan tentang COVID-19. Berkenaan dengan hal tersebut, saya selaku peneliti ingin meminta bantuan untuk mengisi kuesioner saya. Saya memahami bahwa waktu Saudara/i sangat terbatas. Namun, saya selaku peneliti berharap kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah. Atas waktu, atensi, dan partisipasinya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Ignatius Bima Mahendra

ignbima26@gmail.com

+62 851 5698 5830

**Nama** : (wajib diisi)

**Email** : (wajib diisi)

**No Telepon yang bisa dihubungi** : (opsional)

### **Variabel X – Terpaan Tayangan**

Menurut Ardianto dalam (Haliem et al., 2019), terpaan media merupakan suatu di mana khalayak terterpa isi pesan dari media. Terterpa di sini berarti khalayak melihat, mendengarkan, dan memperhatikan isi pesan dari suatu tayangan, atau media . Dalam penelitian ini, terpaan



media terdiri dari lima indikator yang terdiri dari Involvement, Interaction, dan Influence (Johnston & Taylor, 2018).

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERNYATAAN	SKALA
Terpaan Tayangan (X)	<i>Involvement</i> ( <i>views</i> , dan <i>like</i> )	1. Saya telah menonton tayangan Napas Terakhir part 1, dan part 2  2. Saya memberikan like di tayangan Napas Terakhir	GUTTMAN  Jawaban YA: 1  Jawaban TIDAK: 0
	<i>Interaction</i> ( <i>comment</i> )	3. Setelah menonton tayangan Napas Terakhir, saya turut memberikan komentar di kolom komentar yang tersedia di YouTube.	GUTTMAN  Jawaban YA: 1  Jawaban TIDAK: 0
	<i>Influence</i> ( <i>share</i> )	4. Setelah menonton tayangan Napas Terakhir, saya turut membagikan konten tersebut ke jaringan kelompok ( <i>group</i> ) yang saya punya (ex: <i>group</i> keluarga, <i>group</i> kantor, dll)	GUTTMAN  Jawaban YA: 1  Jawaban TIDAK: 0

### Variabel Y – Pengetahuan

Menurut Notoadmojo (2003) dalam (Asmoro, 2015), pengetahuan adalah sesuatu yang timbul dari adanya suatu penginderaan terhadap suatu objek melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba. Biasanya sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui indera mata, dan telinga. Di bagian ini, Anda diminta untuk mengisi jawaban yang tepat berdasarkan informasi yang didapat di tayangan Napas Terakhir part 1, dan part 2. Jawaban yang tepat akan dinilai dengan skor 1, dan jawaban yang tidak tepat akan dinilai dengan skor 0.

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERNYATAAN	SKALA
Pengetahuan tentang COVID-19 (Y)		1. Jika dilihat dari luar, suasana IGD RSUD Pasar Minggu terlihat tenang. Namun, di dalamnya, situasinya sangat sibuk (B)  2. Akibat dari penumpukan pasien, terjadi penumpukan antrian di luar IGD RSUD Pasar Minggu (S)	GUTTMAN  Jawaban Tepat: 1  Jawaban Tidak Tepat: 0

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Jumlah akumulasi pasien COVID-19 di IGD RSUD Pasar Minggu mencapai 900 pasien per bulan (B)</li> <li>4. Akibat dari banyaknya pasien, IGD RSUD Pasar Minggu mengalami kekosongan stok oksigen (B)</li> <li>5. Salah satu faktor penyebab meninggalnya pasien COVID-19 di IGD Pasar Minggu adalah penuhnya ruangan ICU sehingga pasien tidak bisa mendapatkan perawatan intensif (B)</li> <li>6. Jumlah ideal bed di IGD RSUD Pasar Minggu berjumlah 15 bed (S)</li> <li>7. Saat dilakukan liputan, jumlah bed yang terdapat di IGD RSUD Pasar Minggu berjumlah 32 bed (B)</li> <li>8. Hasil swab/pcr test yang keluar di siang sampai sore hari cenderung membuat pasien-pasien berdatangan ke di malam hari (B)</li> <li>9. Alat bantu nafas akan diberikan kepada pasien jika jumlah saturasi oksigennya di bawah 95 (B)</li> <li>10. Semua pasien COVID-19 dari OTG (Orang Tanpa Gejala) sampai gejala berat dapat dirawat di IGD RSUD Pasar Minggu (S)</li> <li>11. Happy hypoxia adalah kondisi turunnya kadar oksigen di dalam tubuh dengan gejala sesak napas (S)</li> <li>12. Happy hypoxia adalah kondisi turunnya kadar oksigen di dalam tubuh tanpa adanya gejala yang timbul (B)</li> <li>13. Kadar oksigen bisa dideteksi lewat jumlah denyut nadi (S)</li> <li>14. Kadar oksigen bisa dideteksi lewat oximeter (B)</li> <li>15. IGD RSUD Pasar Minggu menerapkan Triase Kegawatdaruratan dalam memilih calon pasien yang akan dirawat (B)</li> <li>16. Triase Kegawatdaruratan adalah sebuah sistem yang bertujuan untuk memilih pasien yang diprioritaskan berdasarkan usia pasien (S)</li> <li>17. Pasien COVID-19 yang sudah masuk ke ICU dan menggunakan ventilator mempunyai survival rate sebesar 80% (S)</li> <li>18. Pasien COVID-19 yang sudah masuk ke ICU dan menggunakan ventilator hanya mempunyai 20% survival rate (B)</li> </ol>	
--	--	--	--

- |  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>19. Pasien COVID-19 yang dirawat intensif di ICU tidak diperkenankan didampingi anggota keluarga (B)</p> <p>20. Komunikasi yang terjadi antara keluarga pasien dan pasien COVID-19 hanya bisa melalui dokter dan perawat ICU, dengan menggunakan bantuan video call (B)</p> |  |
|--|--|--|--|

The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a semi-circular top with the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" written along its inner curve. Below this, there is a stylized sunburst or fan-like shape with several rays emanating from a central point. The bottom part of the logo consists of a stylized, symmetrical base that resembles a book or a pair of wings, with a small teardrop-shaped element at the very bottom center.

**LAMPIRAN II**

**HASIL UJI VALIDITAS**

## Uji Validitas Variabel Terpaan Tayangan (X)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	XTot
X1	Pearson Correlation	.a	.a	.a	.a	.a
	Sig. (2-tailed)	.	.	.	.	.
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.a	1	.535**	.208	.620**
	Sig. (2-tailed)	.	.	.002	.270	.000
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.a	.535**	1	.528**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.	.002	.	.003	.000
	N	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.a	.208	.528**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.	.270	.003	.	.000
	N	30	30	30	30	30
XTot	Pearson Correlation	.a	.620**	.829**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

**Correlations**

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	YTOT
Y1																					
Pearson Correlation	1	-.186	-.152	.695**	-.141	-.122	.415*	.415*	.473**	-.141	-.162	.415*	-.141	1.000**	.557**	-.244	-.152	.415*	1.000**	1.000**	.388*
Sig. (2-tailed)		.326	.424	.000	.456	.522	.023	.023	.008	.456	.391	.023	.456	.000	.001	.194	.424	.023	.000	.000	.034
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2																					
Pearson Correlation	-.186	1	.544**	.000	.623**	.655**	.089	.089	.000	.346	.336	.268	.208	-.186	.111	.208	.272	.268	-.186	-.186	.446*
Sig. (2-tailed)	.326		.002	1.000	.000	.000	.638	.638	1.000	.061	.069	.152	.271	.326	.559	.271	.146	.152	.326	.326	.013
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3																					
Pearson Correlation	-.152	.544**	1	.055	.932**	.802**	.183	.183	.080	.085	.247	.000	.226	-.152	-.045	.339	.306	.183	-.152	-.152	.388*
Sig. (2-tailed)	.424	.002		.775	.000	.000	.334	.334	.674	.656	.188	1.000	.230	.424	.812	.067	.101	.334	.424	.424	.034
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4																					
Pearson Correlation	.695**	.000	.055	1	.074	.117	.598**	.598**	.288	-.203	-.234	.598**	.074	.695**	.802**	-.351	-.218	.239	.695**	.695**	.464**
Sig. (2-tailed)	.000	1.000	.775		.698	.539	.000	.000	.122	.281	.214	.000	.698	.000	.000	.057	.247	.203	.000	.000	.010
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5																					
Pearson Correlation	-.141	.623**	.932**	.074	1	.860**	.217	.217	.109	.139	.312	.031	.282	-.141	-.023	.435*	.367*	.217	-.141	-.141	.494**
Sig. (2-tailed)	.456	.000	.000	.698		.000	.250	.250	.568	.465	.094	.871	.131	.456	.904	.016	.046	.250	.456	.456	.006
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6																					
Pearson Correlation	-.122	.655**	.802**	.117	.860**	1	.098	.098	-.043	.106	.455*	.098	.257	-.122	.024	.347	.356	.293	-.122	-.122	.395*
Sig. (2-tailed)	.522	.000	.000	.539	.000		.608	.608	.822	.578	.012	.608	.171	.522	.899	.060	.053	.116	.522	.522	.031
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7																					
Pearson Correlation	.415*	.089	.183	.598**	.217	.098	1	.760**	.351	-.155	-.211	.520**	.031	.415*	.447*	-.217	.000	.280	.415*	.415*	.557**
Sig. (2-tailed)	.023	.638	.334	.000	.250	.608		.000	.057	.414	.264	.003	.871	.023	.013	.250	1.000	.134	.023	.023	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y8	Pearson Correlation	.415 <sup>*</sup>	.089	.183	.598 <sup>**</sup>	.217	.098	.760 <sup>**</sup>	1	.351	-.155	-.211	.280	.217	.415 <sup>*</sup>	.447 <sup>*</sup>	-.217	.000	.280	.415 <sup>*</sup>	.415 <sup>*</sup>	.557 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.638	.334	.000	.250	.608	.000		.057	.414	.264	.134	.250	.023	.013	.250	1.000	.134	.023	.023	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.473 <sup>**</sup>	.000	.080	.288	.109	-.043	.351	.351	1	.312	.053	.088	.312	.473 <sup>**</sup>	.196	-.109	.280	.088	.473 <sup>**</sup>	.473 <sup>**</sup>	.543 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.008	1.000	.674	.122	.568	.822	.057	.057		.093	.782	.645	.093	.008	.299	.568	.134	.645	.008	.008	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	-.141	.346	.085	-.203	.139	.106	-.155	-.155	.312	1	.591 <sup>**</sup>	.031	.569 <sup>**</sup>	-.141	-.023	.148	.367 <sup>*</sup>	-.340	-.141	-.141	.396 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.456	.061	.656	.281	.465	.578	.414	.414	.093		.001	.871	.001	.456	.904	.434	.046	.066	.456	.456	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	-.162	.336	.247	-.234	.312	.455 <sup>*</sup>	-.211	-.211	.053	.591 <sup>**</sup>	1	.150	.591 <sup>**</sup>	-.162	-.067	.247	.522 <sup>**</sup>	.150	-.162	-.162	.453 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.391	.069	.188	.214	.094	.012	.264	.264	.782	.001		.428	.001	.391	.724	.189	.003	.428	.391	.391	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.415 <sup>*</sup>	.268	.000	.598 <sup>**</sup>	.031	.098	.520 <sup>**</sup>	.280	.088	.031	.150	1	.031	.415 <sup>*</sup>	.745 <sup>**</sup>	-.217	-.183	.280	.415 <sup>*</sup>	.415 <sup>*</sup>	.494 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.152	1.000	.000	.871	.608	.003	.134	.645	.871	.428		.871	.023	.000	.250	.334	.134	.023	.023	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	-.141	.208	.226	.074	.282	.257	.031	.217	.312	.569 <sup>**</sup>	.591 <sup>**</sup>	.031	1	-.141	-.023	.148	.508 <sup>**</sup>	-.155	-.141	-.141	.591 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.456	.271	.230	.698	.131	.171	.871	.250	.093	.001	.001	.871		.456	.904	.434	.004	.414	.456	.456	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	1.000 <sup>**</sup>	-.186	-.152	.695 <sup>**</sup>	-.141	-.122	.415 <sup>*</sup>	.415 <sup>*</sup>	.473 <sup>**</sup>	-.141	-.162	.415 <sup>*</sup>	-.141	1	.557 <sup>**</sup>	-.244	-.152	.415 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1.000 <sup>**</sup>	.388 <sup>*</sup>

	Sig. (2-tailed)	.000	.326	.424	.000	.456	.522	.023	.023	.008	.456	.391	.023	.456		.001	.194	.424	.023	.000	.000	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.557**	.111	-.045	.802**	-.023	.024	.447*	.447*	.196	-.023	-.067	.745**	-.023	.557**	1	-.438*	-.272	.149	.557**	.557**	.423*
	Sig. (2-tailed)	.001	.559	.812	.000	.904	.899	.013	.013	.299	.904	.724	.000	.904	.001		.015	.146	.432	.001	.001	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	-.244	.208	.339	-.351	.435*	.347	-.217	-.217	-.109	.148	.247	-.217	.148	-.244	-.438*	1	.339	-.031	-.244	-.244	.188
	Sig. (2-tailed)	.194	.271	.067	.057	.016	.060	.250	.250	.568	.434	.189	.250	.434	.194	.015		.067	.871	.194	.194	.319
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y17	Pearson Correlation	-.152	.272	.306	-.218	.367*	.356	.000	.000	.280	.367*	.522**	-.183	.508**	-.152	-.272	.339	1	.365*	-.152	-.152	.484**
	Sig. (2-tailed)	.424	.146	.101	.247	.046	.053	1.000	1.000	.134	.046	.003	.334	.004	.424	.146	.067		.047	.424	.424	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y18	Pearson Correlation	.415*	.268	.183	.239	.217	.293	.280	.280	.088	-.340	.150	.280	-.155	.415*	.149	-.031	.365*	1	.415*	.415*	.368*
	Sig. (2-tailed)	.023	.152	.334	.203	.250	.116	.134	.134	.645	.066	.428	.134	.414	.023	.432	.871	.047		.023	.023	.046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y19	Pearson Correlation	1.000**	-.186	-.152	.695**	-.141	-.122	.415*	.415*	.473**	-.141	-.162	.415*	-.141	1.000**	.557**	-.244	-.152	.415*	1	1.000**	.388*
	Sig. (2-tailed)	.000	.326	.424	.000	.456	.522	.023	.023	.008	.456	.391	.023	.456	.000	.001	.194	.424	.023		.000	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y20	Pearson Correlation	1.000**	-.186	-.152	.695**	-.141	-.122	.415*	.415*	.473**	-.141	-.162	.415*	-.141	1.000**	.557**	-.244	-.152	.415*	1.000**	1	.388*
	Sig. (2-tailed)	.000	.326	.424	.000	.456	.522	.023	.023	.008	.456	.391	.023	.456	.000	.001	.194	.424	.023	.000		.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30





YTOT	Pearson	.388 <sup>*</sup>	.446 <sup>*</sup>	.388 <sup>*</sup>	.464 <sup>**</sup>	.494 <sup>**</sup>	.395 <sup>*</sup>	.557 <sup>**</sup>	.557 <sup>**</sup>	.543 <sup>**</sup>	.396 <sup>*</sup>	.453 <sup>*</sup>	.494 <sup>**</sup>	.591 <sup>**</sup>	.388 <sup>*</sup>	.423 <sup>*</sup>	.188	.484 <sup>**</sup>	.368 <sup>*</sup>	.388 <sup>*</sup>	.388 <sup>*</sup>	1
	Correlation																					
	Sig. (2-tailed)	.034	.013	.034	.010	.006	.031	.001	.001	.002	.030	.012	.006	.001	.034	.020	.319	.007	.046	.034	.034	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a central sunburst or fan-like shape with multiple rays emanating from a central point. This central shape is enclosed within a semi-circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a light blue, sans-serif font along the inner curve of this semi-circle. Below the semi-circle, there are stylized, flowing lines that resemble a book or a decorative flourish, ending in a pointed, leaf-like shape at the bottom center.

**LAMPIRAN III**

**HASIL UJI RELIABILITAS**

## Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Tayangan (X)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

## Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (Y)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	21

The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue watermark in the background. It features a stylized sunburst or fan shape at the top, with the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" curved along its upper edge. Below the sunburst is a stylized open book with a pointed bottom element.

**LAMPIRAN IV**

**HASIL UJI KORELASI SPEARMAN RANK**

### Hasil Uji Korelasi Spearman Rank

Correlations			X_TOTAL	Y_TOTAL
Spearman's rho	X_TOTAL	Correlation Coefficient	1.000	-.187
		Sig. (2-tailed)	.	.063
		N	100	100
	Y_TOTAL	Correlation Coefficient	-.187	1.000
		Sig. (2-tailed)	.063	.
		N	100	100

