

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin Peneliti ketahui ialah mengenai bagaimana pengaruh terpaan media pada program Vindes Sport di kanal Youtube Vindes terhadap minat berolahraga pada *subscribers* Youtube Vindes. Hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh adalah terpaan media (variabel X) pada program Vindes Sport di kanal Youtube Vindes memiliki pengaruh terhadap minat berolahraga (variabel Y) pada *subscribers* Youtube Vindes.

Hal ini dibuktikan melalui uji hipotesis dengan hasil bahwa  $T$  hitung lebih besar dari  $T$  tabel ( $8.317 > 1.985$ ), dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat pengaruh antara terpaan media pada program Vindes Sport di kanal Youtube Vindes terhadap minat berolahraga pada *subscribers* Youtube Vindes dan variabel X memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Terdapat juga nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 41.6%. Nilai ini menjelaskan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y adalah 41.6%, sedangkan 58.4% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, berikut merupakan beberapa saran peneliti yang dapat diberikan:

## 1. Saran Akademi

Penelitian ini berfokus pada media Youtube yang digunakan Vindes untuk program Vindes Sport. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan media lain seperti Instagram, TikTok, atau X untuk pembahasan mengenai Vindes. Peneliti lain juga diharapkan dapat mengangkat penelitian dengan variabel independen lain atau juga pembahasan dengan teori-teori yang berbeda dari penelitian ini.

## 2. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi untuk program Vindes Sport di kanal Youtube Vindes dalam meningkatkan dan memperhatikan pembuatan *caption*. Nilai *mean* terendah dari terpaan media adalah dalam indikator atensi. Peneliti menyarankan agar pihak Vindes dapat lebih memahami karakteristik dari *subscribers*, sehingga atensi saat terpapar program Vindes Sport dapat lebih mendalam dan terfokus sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pesan diterima dan dipahami lebih baik oleh khalayak.

## C. Batasan Penelitian

Terdapat juga batasan dalam penelitian ini, seperti pada bagian penentuan sampel dan populasi. Populasi dalam penelitian ini hanya berfokus kepada para *subscribers* Youtube Vindes dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: *subscribers* Youtube Vindes dan pernah menonton program Vindes Sport. Penentuan media yang menjadi fokus dalam penelitian ini juga terbatas pada media Youtube. Dari penjelasan

mengenai batasan penelitian, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih meneliti secara lebih luas dan tidak terbatas pada *subscribers* Youtube Vindes saja. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti topik serupa dengan berfokus pada media lain selain Youtube.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd. Rachman. (1993). Psikologi Pendidikan, Yogya: Tiara Wacana.
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja. *TEMATIK*, 7(2), 130-139.
- Aly, N. J. R., & Shabana, A. (2023). Pengaruh Terpaan Program Champions League Tahun 2022 Terhadap Motif Menonton Penggemar Real Madrid (Survei Pada Pengikut Akun Instagram@ pmid tangsel). *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(2), 158-168. Bakti.
- APJII (Asosiasi Pelayanan Jasa Internet Indonesia). (2023). SURVEI PENETRASI & PERILAKU INTERNET 2023. Dikutip dari <https://apjii.or.id>
- Aulia, A. (2023). Pertandingan Olahraga Antarselebritis: Kolaborasi Hiburan dan Olahraga Membawa Angin Segar. Dikutip dari <https://www.froyonion.com/news/sports/pertandingan-olahraga-antarselebritis-kolaborasi-hiburan-dan-olahraga-membawa-angin-segar>
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. *TRANSISTOR Elektro dan Informatika*, 2(2), 81-88.
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2022, Juni 30). Statistik Sosial Budaya 2021. Dikutip dari <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/30/6a2dabc16d556ab9d075f918/statistik-sosial-budaya-2021.html>
- Bungin, B. (2010). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. (Jakarta: Kencana).
- Caritau.com. 2022. Pengamat: Tren Olahraga Jadi Ladang Bisnis Selebritis Baru Sebatas Pembuatan Konten. Dikutip dari <https://caritau.com/post/pengamat-tren-olahraga-jadi-ladang-bisnis-selebritis-baru-sebatas-pembuatan-konten>
- CNN Indonesia (Cable News Network Indonesia). (2023, Februari 18). Google Year on Search 2022: Minat Masyarakat ke Konten Olahraga Tinggi. Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230217193349-192-914608/google-year-on-search-2022-minat-masyarakat-ke-konten-olahraga-tinggi>
- Damayanti, S., & Noordia, A. (2021). Analisis Minat Masyarakat dalam Melakukan Olahraga Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 9(03), 1-10.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.
- Delviyana, K. (2021). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ netflixid TERHADAP MINAT UNTUK MENONTON FILM DI NETFLIX (Studi Pada Followers Instagram@ netflixid)
- Djaali. (2007). Psikologi Pendidikan. Jakarta : Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. (1990). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Elvinaro, Ardiantom L. K dan S. K. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Faiqah, F. dkk. (2016). "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram". *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.5 No.2 Juli – Desember 2016, 261-263.
- Giriwijoyo, S. (2005). *Manusia dan olahraga*. Bandung: Penerbit Institut Teknologi Bandung.
- Google. (2022). Year in Search 2022: Indonesia. Dikutip dari <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/marketing-strategies/search/year-in-search-2022-indonesia-search-trends/>
- Hopkins, Jim (October 11, 2006). "Surprise! There's a third YouTube co-founder". USA Today.
- Ihsan, Masykur. 2016. Pengaruh Terpaan Media Internet dan Pola Pergaulan Terhadap Karakter Peserta didik. *Tsamrah Al-Fikri*, 10, 103-120.
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal papua dan papua barat di kota bandung. *SHARE: Social Work Journal*, 5(2).
- Kriyanto, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- M. Rogers, Everett. (2003). *Teknologi Komunikasi: Prespektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Lesvi.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi*: Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*: Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mutohir, T. C., Lutan, R., Maksum, A., Kristiyanto, A., Akbar, R. (2023). Laporan Nasional Sport Development Index 2022: Olahraga, Daya Saing, dan Kebijakan Berbasis Data. Dikutip dari [https://www.researchgate.net/publication/369183715\\_Laporan\\_Nasional\\_Sport\\_Development\\_Index\\_2022\\_Olahraga\\_Daya\\_Saing\\_dan\\_Kebijakan\\_Berbasis\\_Data](https://www.researchgate.net/publication/369183715_Laporan_Nasional_Sport_Development_Index_2022_Olahraga_Daya_Saing_dan_Kebijakan_Berbasis_Data)
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Wiyanto, W. (2019, July). Pendidikan Di Era Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Nurdin, I dan Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Prambosfm.com. (2021). Vindes Resmi Terbentuk, Vincent dan Desta Ajak Seluruh Masyarakat Bantu Sesama Lewat Vindes2U
- RAHMATIA, A. (2021). *PENGARUH TINGKAT TERPAAN KOMUNIKASI PEMASARAN CHANNEL YOUTUBE "SKWAD FITNESS" TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA DI RUMAH* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).

- Rakhmat, Jalaludin. (2013). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sari, DN., Mustika. (2022). Vincent dan Desta Cerita Awal Mula Berdirinya Vindes Corp, Berawal dari Youtube. Dikutip dari <https://kumparan.com/kumparanhits/vincent-dan-desta-cerita-awal-mula-berdirinya-vindes-corp-berawal-dari-youtube-1xP3ieIPwhr/full>
- Sari, M, DN. (2022). Vincent dan Desta Cerita Awal Mula Berdirinya Vindes Corp, Berawal dari Youtube. kumparan
- Setyadi, A. (2022). Kompilasi Momen Unik Saat Turnamen Vindes Sport – Tepok Bulu 22!. Dikutip dari <https://cretivox.com/home/2022/07/04/kompilasi-momen-unik-saat-turnamen-vindes-sport-tepok-bulu-22/>
- Setyaningtyas, Y. D. (2021). *PENGARUH TERPAAN AKUN INSTAGRAM@GUESEHAT TERHADAP PENERAPAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT FOLLOWERS DI MASA PANDEMI COVID-19* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Severin, WJ & Tankard, JW. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa* (Terj). Edisi ke-5. Cet ke-3. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Severino, A., Herawati, A.F. (2015). Pengaruh Tingkat Kreativitas Iklan di Media Online Terhadap Tingkat Ketertarikan Menonton Iklan Pada Pengguna Situs Online (Studi Kuantitatif Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Kreativitas Iklan di Youtube Terhadap Tingkat Ketertarikan Menonton Iklan di Youtube Pada Pengunjung Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. P. 9.
- Slater, M. D. (2004). OPERATIONALIZING AND ANALYZING EXPOSURE: THE FOUNDATION OF MEDIA EFFECTS RESEARCH. *JOURNALISM & MASS COMMUNICATION QUARTERLY*, 168.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Swarjawa, I. W. E., Suarjana, M., & Garminah, N. N. (2013). Pengaruh Model Pembelajaran Probing-Prompting Terhadap Hasil Belajar IPA Siswa Kelas V di SD Negeri 1 Sebatu. *Mimbar PGSD Undiksha*, 1(1).
- VINDES. (2021). *About Vindes*. Dikutip dari <https://vindes.id/page/about>
- Wearesocial.com. (2023). *The Full Digital 2023 Report*
- Winarso, B. (2021). Kilas Balik Sejarah Youtube Sebelum Jadi Platform Video Terbesar di Dunia. [dailysocial.id](http://dailysocial.id)

## LAMPIRAN

### A. Kuesioner Penelitian

#### **PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA PROGRAM VINDES SPORT DI KANAL YOUTUBE VINDES TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA *SUBSCRIBERS* YOUTUBE VINDES**

Hallo, perkenalkan nama saya Hirdiyo Pradsa Tramarendito mahasiswa tingkat akhir program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dijenjang perkuliahan S1 mengenai “PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA PROGRAM VINDES SPORT DI KANAL YOUTUBE VINDES TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA *SUBSCRIBERS* YOUTUBE VINDES”

Adapun kriteria yang sudah ditentukan di dalam penelitian ini:

1. *Subscribers* dari kanal Youtube Vindes
2. Pernah menonton program Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Apabila teman-teman memenuhi kriteria di atas, saya mohon untuk meluangkan waktunya untuk mengisi form kuesioner pada link ini \_\_\_\_\_

Saya ucapkan terima kasih sudah meluangkan waktunya

**1. Jenis kelamin:**

( ) **Pria**

( ) **Wanita**

2. **Umur**

- ( ) <17 tahun
- ( ) 18-25 tahun
- ( ) 26-30 tahun
- ( ) >31 tahun

3. **Pekerjaan anda saat ini:**

- ( ) Pelajar
- ( ) Mahasiswa
- ( ) Pegawai swasta
- ( ) Pegawai negeri
- ( ) Tidak bekerja

Kuesioner yang akan diisi akan berbentuk skala Likert, di mana terdapat empat alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan, yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Variabel (X) Terpaan Media sosial</b>					
	<b>Frekuensi</b>					
1	Saya sering menggunakan media sosial Youtube					
2	Saya sering mengakses kanal Youtube VINDES					



3	Saya sering menonton konten olahraga di kanal Youtube VINDES					
4	Saya sering melihat unggahan konten olahraga VINDES memenuhi beranda Youtube Saya					
<b>Durasi</b>						
5	Saya suka berlama-lama dalam mengakses informasi tentang pertandingan olahraga di kanal Youtube VINDES					
6	Saya suka berlama-lama saat menyaksikan video olahraga di kanal Youtube VINDES					
<b>Atensi</b>						
7	Thumbnail dari konten olahraga di kanal Youtube Vindes menarik perhatian saya					
8	Saya membaca setiap caption dari konten olahraga di kanal Youtube Vindes					
9	Saya memperhatikan konten olahraga di kanal Youtube Vindes					
10	Saya menonton semua konten terkait olahraga di kanal Youtube Vindes					
<b>VARIABEL (Y) Minat Berolahraga</b>						
<b>Kognisi</b>						
11	Saya mengetahui mengenai konten olahraga di kanal Youtube VINDES					
12	Saya mendapatkan unggahan yang informatif terkait olahraga di kanal Youtube VINDES					
13	Saya memahami mengenai cabang olahraga yang ditayangkan dalam konten Youtube VINDES					
14	Saya mengetahui mengenai informasi tanggal dan jam tayang, pemain, kegiatan olahraga, dan sebagainya pada unggahan konten olahraga di kanal Youtube VINDES					
15	Saya semakin <i>aware</i> mengenai pentingnya berolahraga setelah melihat dan menyaksikan unggahan konten olahraga di kanal Youtube VINDES.					
<b>Afeksi</b>						
16	Unggahan Konten olahraga di kanal Youtube VINDES menarik perhatian saya terhadap olahraga					
17	Konten olahraga di kanal Youtube VINDES membuat rasa penasaran terhadap kegiatan olahraga					

18	Saya puas dengan konten olahraga di kanal Youtube Vindes					
<b>Konasi</b>						
19	Saya cenderung mencari tahu lebih jauh tentang konten olahraga yang diunggah pada kanal Youtube VINDES					
20	Setelah menonton konten olahraga di kanal Youtube VINDES, saya memiliki minat untuk berolahraga					

## B. Bentuk Kuesioner

Section 1 of 9

**KUESIONER PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA PROGRAM VINDES SPORT DI KANAL YOUTUBE VINDES TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA SUBSCRIBERS KANAL YOUTUBE VINDES**

Hallo, perkenalkan saya Hirdiyo Pradsa Tramarendito mahasiswa tingkat akhir program studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dijenjang perkuliahan S1 mengenai "PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA PROGRAM VINDES SPORT DI KANAL YOUTUBE VINDES TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA SUBSCRIBERS KANAL YOUTUBE VINDES".

Saya mohon kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Terimakasih sudah meluangkan waktunya, Tuhan memberkati.

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 9

**Penjelasan**

Kuesioner yang akan diisi akan berbentuk skala Likert, di mana terdapat empat alternatif jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan, yaitu:

**SS:** Sangat Setuju

## C. Tabel Jumlah Responden

100 responses View in Sheets

Not accepting responses

Message for respondents

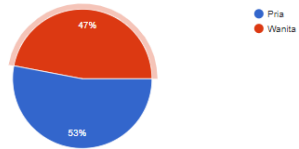
This form is no longer accepting responses

Summary Question Individual

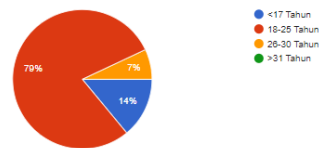
## D. Jawaban Responden

### Identitas Responden

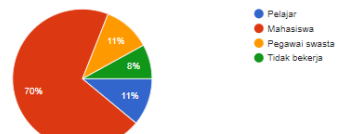
Jenis kelamin: [Copy](#)  
100 responses



Umur: [Copy](#)  
100 responses

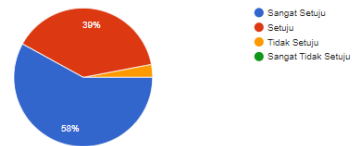


Pekerjaan anda saat ini: [Copy](#)  
100 responses

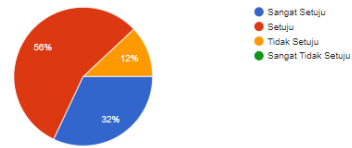


### Terpaan media: Frekuensi

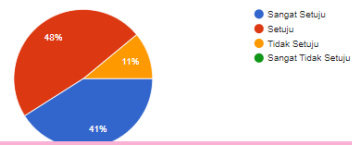
Saya sering menggunakan media sosial Youtube [Copy](#)  
100 responses

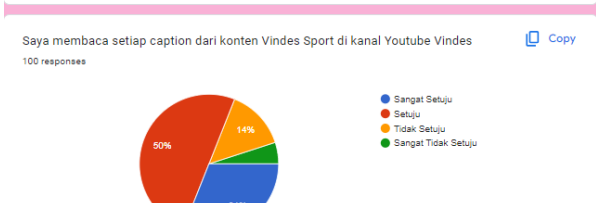
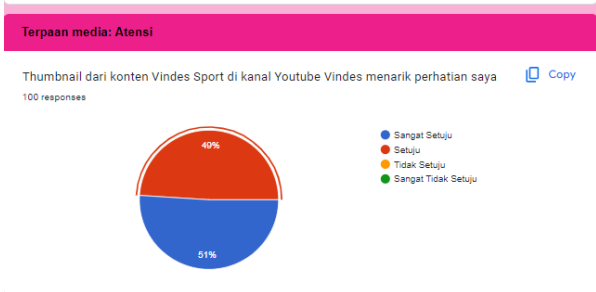
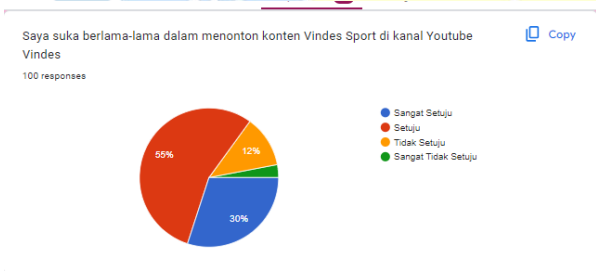
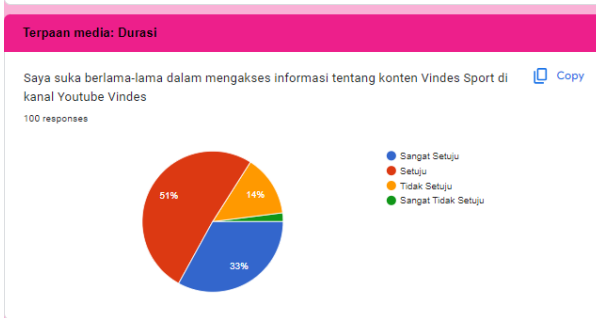
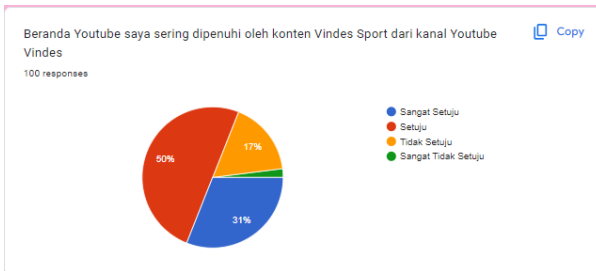


Saya sering mengakses kanal Youtube Vindes [Copy](#)  
100 responses



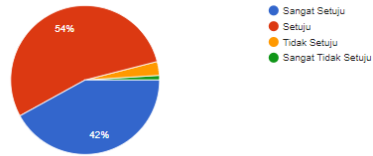
Saya sering menonton konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes [Copy](#)  
100 responses





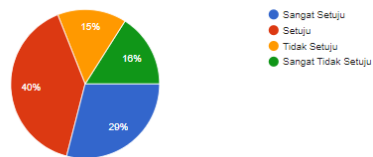
Saya memperhatikan berjalannya pertandingan olahraga dalam konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes [Copy](#)

100 responses



Saya menonton semua konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes [Copy](#)

100 responses



### Minat Berolahraga: Kognisi

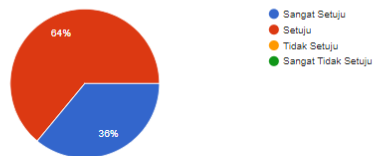
Saya mengetahui mengenai konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes [Copy](#)

100 responses



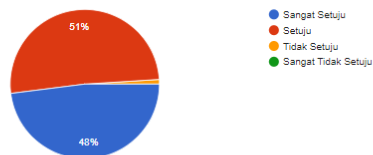
Menurut saya konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes cukup informatif [Copy](#)

100 responses



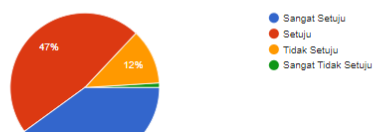
Saya memahami mengenai cabang olahraga yang dipertandingkan dalam konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes [Copy](#)

100 responses



Saya mengetahui mengenai informasi terkait konten Vindes Sport (jadwal, jam tayang, pemain dalam pertandingan olahraga, cabang olahraga yang dipertandingkan, dsb) di kanal Youtube Vindes [Copy](#)

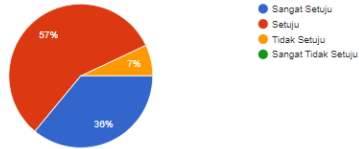
100 responses



Saya merasa semakin aware (sadar) mengenai pentingnya berolahraga setelah menonton konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

100 responses

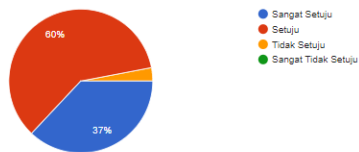


### Minat Berolahraga: Afeksi

Saya tertarik dengan konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

100 responses



Saya merasa penasaran dengan konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

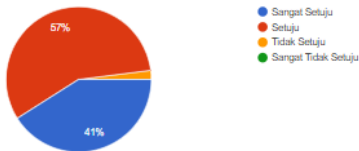
100 responses



Saya puas dengan konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

100 responses

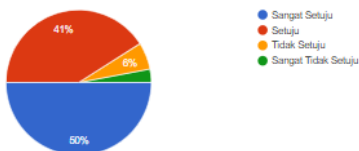


### Minat Berolahraga: Konasi

Saya cenderung mencari tahu lebih jauh tentang konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

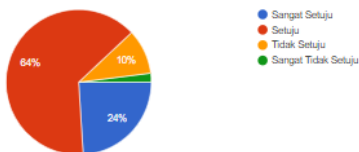
100 responses



Saya memiliki minat untuk berolahraga setelah menonton konten Vindes Sport di kanal Youtube Vindes

Copy

100 responses



### E. Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.273	.255	.345	.441*	.426*	.464**	.316	.260	.356	.599**
	Sig. (2-tailed)		.144	.173	.062	.015	.018	.010	.089	.165	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.273	1	.748**	.836**	.396*	.298	.135	.197	.540**	.529**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.144		.000	.000	.029	.109	.477	.296	.002	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.255	.748**	1	.597**	.266	.452*	.272	.023	.387*	.558**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.173	.000		.000	.155	.012	.146	.906	.035	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.345	.836**	.597**	1	.434*	.315	.061	.302	.533**	.448*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.000		.017	.090	.749	.105	.002	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.441*	.396*	.266	.434*	1	.620**	.220	.479**	.597**	.624**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.015	.029	.155	.017		.000	.242	.007	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.426*	.298	.452*	.315	.620**	1	.430*	.249	.487**	.445*	.686**
	Sig. (2-tailed)	.018	.109	.012	.090	.000		.018	.184	.006	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.464**	.135	.272	.061	.220	.430*	1	.290	.327	.100	.443*
	Sig. (2-tailed)	.010	.477	.146	.749	.242	.018		.121	.078	.597	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.316	.197	.023	.302	.479**	.249	.290	1	.204	.493**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.089	.296	.906	.105	.007	.184	.121		.280	.006	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.260	.540**	.387*	.533**	.597**	.487**	.327	.204	1	.338	.667**
	Sig. (2-tailed)	.165	.002	.035	.002	.000	.006	.078	.280		.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.356	.529**	.558**	.448*	.624**	.445*	.100	.493**	.338	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.053	.003	.001	.013	.000	.014	.597	.006	.068		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XTOTAL	Pearson Correlation	.599**	.747**	.682**	.734**	.765**	.686**	.443*	.584**	.667**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.280	.224	.526**	.374 <sup>^</sup>	.422 <sup>^</sup>	.467**	.364 <sup>^</sup>	.577**	.113	.703**
	Sig. (2-tailed)		.135	.235	.003	.042	.020	.009	.048	.001	.551	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.280	1	.333	.330	.474**	.349	.537**	.228	.538**	.025	.616**
	Sig. (2-tailed)	.135		.072	.075	.008	.059	.002	.226	.002	.894	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.224	.333	1	.425 <sup>^</sup>	.056	.116	.298	.260	.000	.051	.402 <sup>^</sup>
	Sig. (2-tailed)	.235	.072		.019	.770	.541	.109	.165	1.000	.790	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.526**	.330	.425 <sup>^</sup>	1	.308	.472**	.318	.436 <sup>^</sup>	.244	-.069	.633**
	Sig. (2-tailed)	.003	.075	.019		.098	.008	.087	.016	.194	.716	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.374 <sup>^</sup>	.474**	.056	.308	1	.506**	.529**	.567**	.576**	.263	.737**
	Sig. (2-tailed)	.042	.008	.770	.098		.004	.003	.001	.001	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.422 <sup>^</sup>	.349	.116	.472**	.506**	1	.222	.552**	.375 <sup>^</sup>	.200	.666**
	Sig. (2-tailed)	.020	.059	.541	.008	.004		.239	.002	.041	.288	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.467**	.537**	.298	.318	.529**	.222	1	.482**	.693**	.293	.762**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002	.109	.087	.003	.239		.007	.000	.116	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.364 <sup>^</sup>	.228	.260	.436 <sup>^</sup>	.567**	.552**	.482**	1	.252	.224	.676**
	Sig. (2-tailed)	.048	.226	.165	.016	.001	.002	.007		.179	.233	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.577**	.538**	.000	.244	.576**	.375 <sup>^</sup>	.693**	.252	1	.262	.737**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	1.000	.194	.001	.041	.000	.179		.162	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.113	.025	.051	-.069	.263	.200	.293	.224	.262	1	.392 <sup>^</sup>
	Sig. (2-tailed)	.551	.894	.790	.716	.160	.288	.116	.233	.162		.032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YTOTAL	Pearson Correlation	.703**	.616**	.402 <sup>^</sup>	.633**	.737**	.666**	.762**	.676**	.737**	.392 <sup>^</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.028	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.032	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



## F. Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel 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
.859	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	26.43	18.875	.502	.851
X2	27.03	17.482	.666	.837
X3	26.90	17.955	.586	.844
X4	27.13	17.775	.655	.838
X5	27.27	17.513	.693	.835
X6	27.00	18.276	.602	.843
X7	26.60	20.179	.351	.860
X8	27.47	18.189	.419	.862
X9	26.80	18.855	.594	.845
X10	27.37	15.895	.673	.837

### 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
.828	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	28.57	11.564	.607	.803
Y2	28.70	12.700	.542	.814
Y3	28.40	13.145	.281	.832
Y4	28.87	11.499	.497	.816
Y5	28.80	11.407	.649	.799
Y6	28.63	11.826	.566	.807
Y7	28.67	11.471	.687	.796
Y8	28.63	12.033	.590	.806
Y9	28.90	10.645	.617	.802
Y10	28.93	12.892	.229	.843

## G. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.1278253
	Std. Deviation	3.88646186
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.055
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 <sup>c</sup>

## H. Uji linearitas

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berolahraga * Terpaan Media	Between Groups	(Combined)	1448.123	22	65.824	4.644	.000
		Linearity	1051.244	1	1051.244	74.167	.000
		Deviation from Linearity	396.879	21	18.899	1.333	.182
	Within Groups		1077.231	76	14.174		
Total		2525.354	98				

## I. Korelasi

### Correlations

		Terpaan Media	Minat Berolahraga
Terpaan Media	Pearson Correlation	1	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Minat Berolahraga	Pearson Correlation	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

## J. Uji Regresi Linear Sederhana

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 <sup>a</sup>	.416	.410	3.898

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.669	2.229		6.132	.000
	Terpaan Media	.615	.074	.645	8.317	.000

a. Dependent Variable: Minat Berolahraga

