

**PENGARUH TERPAAN MEDIA DAN KONTEN SPORTAINMENT VINDES : VINDES  
SPORT TEPOK BULU 2022 TERHADAP MINAT OLAHRAGA BULU TANGKIS PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA**

**Muhammad Farras Izza<sup>1</sup>, Eko Hartanto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

**Article History**

Received : 22-April-2024  
Revised : 23-April-2024  
Accepted : 09-Mei-2024  
Published : 09-Mei-2024

**Corresponding author\*:**

Muhammad Farras Izza

**Contact:**

[farrasizza@gmail.com](mailto:farrasizza@gmail.com)

**Cite This Article:**

Izza, M. F. ., & Hartanto, E. . (2024).  
PENGARUH TERPAAN MEDIA  
DAN KONTEN SPORTAINMENT  
VINDES : VINDES SPORT TEPOK  
BULU 2022 TERHADAP MINAT  
OLAHRAGA BULU TANGKIS  
PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS GUNADARMA.  
Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(03),  
01–09.

**DOI:**

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i03.1263>

**Abstract:** *This study aims to determine whether there is an Influence of Media Exposure and Sportainment Content VINDES: VINDES Sport Tepok Bulu 2022 on the Sports Interest of Gunadarma University Students. The sample in this study was Gunadarma University students who subscribed and watched VINDES Sportainment Content: VINDES Sport Tepok Bulu 2022. The theory used in this study is the Uses And Effects Theory which explains the relationship between mass communication delivered through the masses. This theory relates between media users, audiences, and causes an effect for users of the mass media. The sample in this study was 400 respondents with the sampling method in this study using purposive sampling. The test methods in this study are validity test, reliablitas test, classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis test. The results of data processing in this study showed that the variable of media exposure and sportainment content to the variable of sports interest was very strong, namely 75.2% and had an influence of 56.6% This means that exposure to media and sportainment content has a very strong influence on sports interest. The results of this study show that exposure to media and sportainment content can influence and increase the sports interest of Gunadarma University students.*

**Keywords:** *Media Eksposure, Accoauts, Interest*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Terpaan Media dan Konten Sportainment VINDES : VINDES Sport Tepok Bulu 2022 Terhadap Minat Olahraga Bulu Tangkis Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. Sampel pada penelitian ini Mahasiswa Universitas Gunadarma yang mensubscribe dan menonton Konten Sportainment VINDES : VINDES Sport Tepok Bulu 2022. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori Uses And Effects yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui massa. Teori ini berhubungan antara pengguna media, audiens, dan menimbulkan sebuah effect bagi pengguna dari media massa tersebut. Sampel pada penelitian ini 400 responden dengan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Metode uji dalam penelitian ini yaitu uji validitias, uji reliablitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil olah data pada penelitian ini menunjukkan variabel terpaan media dan konten sportainment terhadap variabel minat olahraga bernilai sangat kuat yaitu 75,2% dan memiliki pengaruh sebesar 56,6% artinya terpaan media dan konten sportainment memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat olahraga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan media dan konten sportainment mampu mempengaruhi dan meningkatkan minat olahraga bulu tangkis pada mahasiswa Universitas Gunadarma.

**Kata Kunci:** Terpaan Media, Konten, Minat

**PENDAHULUAN**

Pada masa di era globalisasi ini kehidupan di masyarakat untuk mengakses segala jenis informasi sangat tergantung pada perkembangan suatu teknologi komunikasi. Dengan adanya teknologi komunikasi inilah masyarakat dengan mudah bisa mengetahui secara langsung segala jenis informasi yang terjadi di berbagai sumber tempat secara cepat dan tempat untuk menambah wawasan informasi yang disampaikan. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan. Istilah Media baru (New Media) disebabkan dari pesatnya perkembangan internet dan pengguna internet. Media baru (New Media) merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Media baru dijadikan sebagai sarana perantara yang baru, baru yang dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya.

Selain itu media sosial juga membuat hal baru dengan memposisikan penggunaannya akan merasa trendi dengan menggunakan media sosial. Media sosial sudah banyak merubah dunia. Dengan hadirnya Twitter, Facebook, Google+, Youtube dan sejenisnya, orang-orang tanpa harus bertemu, bisa saling berinteraksi. Jarak tak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. Lama waktu terakhir bertemu pun juga tidak lagi menjadi masalah. YouTube merupakan media massa berbasis web video sharing yang saat ini tidak hanya sebagai media penghibur dalam dunia komunikasi, melainkan juga sebagai sarana membangun relasi, baik dari sisi pembuat konten ataupun penonton. Pembuat konten dapat menggali kreativitas dan mengekspresikan dirinya dalam beragam kategori, antara lain konten Berita, Musik, Podcast, Talkshow, Fashion, Parenting atau Family, Sport atau Sportainment, Otomotif dan Gaming dengan segmen penontonnya tersendiri.

YouTube menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses. Berdasarkan data yang dirilis We Are Social, pada Februari 2022, pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta. Platform media sosial yang paling banyak digunakan orang Indonesia pada tahun 2022 adalah aplikasi WhatsApp dengan banyaknya pengguna sejumlah 2,41 miliar pada tahun 2022. Pada media online, channel YouTube Vindes menyampaikan suatu informasi dengan cepat dan khalayak yang lebih luas.

Mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan platform media tersebut untuk mengisi waktu luang, mencari informasi atau sebagai hiburan. VINDES merupakan salah satu yang menyediakan banyak konten – konten yang beragam dan yang sedang marak di perbincangkan di kalangan khalayak adalah konten olahraga yang bernama VINDES Sport. VINDES mempunyai subscribers di Youtube sebanyak 3,48 jt subscriber diakses pada bulan Desember 2022.

Beragam tayangan yang ada di Channel YouTube VINDES , antara lain tayangan Berita, Musik, Podcast, Talkshow, Fashion, atau Sport atau Sportainment, dan Otomotif dengan segmen penontonnya tersendiri, dapat menghasilkan tingginya ketertarikan masyarakat terhadap komunikasi melalui media, sehingga melekat dengan pengaruh terpaan atau menerpaan dirinya terhadap media massa.

Trend konten Sportainment merupakan hasil dari sebagian kelompok masyarakat yang hobi berolahraga dan peduli dengan kemajuan olahraga di Indonesia, sehingga membentuk strategi dalam menumbuhkan keinginan masyarakat lainnya untuk berolahraga, seperti yang dilakukan oleh Vindes Media dalam YouTube VINDES dengan konten bernama Vindes Sport. Sportainment berperan memenuhi kebutuhan hiburan dan bermanfaat dalam menambah pengetahuan tentang pembaharuan dalam olahraga.

Kebutuhan untuk menyaksikan pertandingan olahraga sudah menjadi kebutuhan pokok khususnya bagi yang berkecimpung di dunia keolahragaan, baik sebagai atlet ataupun pelatih. Umumnya terjadi demikian pula pada mahasiswa Universitas Gunadarma tidak terlalu banyak yang berminat pada bidang olahraga. Maka penulis ingin menggali lebih dalam lagi mengenai minat olahraga pada Mahasiswa Gunadarma terhadap minat olahraga Bulu Tangkis pada mahasiswa Universitas Gunadarma.

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam peneliti ini saya menggunakan pendekatan kuantitatif, bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

Menjelaskan bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya

pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Paradigma positivisme menurut beberapa pendapat yaitu komunikasi merupakan sebuah proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan upaya pengirim pesan untuk mengubah pengetahuan penerima pesan yang pasif. Paradigma ini memiliki ciri khas yaitu adanya suatu kepercayaan bahwa metode ilmiah dalam mempelajari suatu gejala harus dilihat dari hubungan sebab akibat (Mustofa dalam Rista, 2020) Alasan peneliti menggunakan positivisme dikarenakan ciri-cirinya sesuai dengan paradigma positivisme yaitu survey, datanya dianalisis dengan metode kuantitatif atau angka-angka dan data dikumpulkan menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2012).

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 400 responden, Metode pengumpulan data di dalam penelitian ini berupa penyebaran daftar pertanyaan yang terstruktur berupa angket/kuesioner kepada responden dalam bentuk online (Angket/Kuesioner Online) untuk mendapatkan data-data mengenai masalah yang diteliti.

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang sedang diteliti (Arikunto, 2006). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah metode menetapkan responden yang akan dijadikan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Siregar, 2013).

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan ukuran dari rumus Taro Yamane dengan batas kesalahan maksimal bisa yang ditolerir sebanyak 5%, dan dalam penelitian menggunakan toleransi kesalahan sebesar 5%.

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel                      d = nilai presisi  
 N = ukuran populasi                    1 = angka konstan

Berdasarkan Rumus Taro Yamane diatas, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{3.480.000}{3.480.000(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.480.000}{3.480.000 .0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{3.480.000}{8,701}$$

$$n = 399,954 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Maka dengan menggunakan rumus tersebut responden yang digunakan berjumlah 399,954. Lalu peneliti akan membulatkan menjadi 400 responden. Maka jumlah sampel kesalahannya 5% berjumlah 400 responden.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala Likert untuk menggunakan instrumen kepada responden yang akan diminta menjawab pertanyaan dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

Tabel 1 Skala Pengukuran Instrumen

NO.	Klasifikasi Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (S)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di era globalisasi, kehidupan masyarakat dan akses terhadap segala jenis informasi sangat bergantung pada perkembangan teknologi komunikasi. Dengan teknologi komunikasi ini masyarakat dapat dengan mudah menemukan segala jenis informasi langsung dari berbagai sumber dengan cepat dan dalam satu tempat untuk meningkatkan pemahaman terhadap informasi yang disampaikan. Namun seiring dengan kemajuan teknologi dan media, banyak masyarakat yang menggunakan teknologi dan media sosial.

Paparan media adalah suatu kegiatan yang melibatkan mendengarkan, menonton dan membaca media atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan individu atau kelompok. Terpaan media adalah jumlah informasi yang diterima dari media, meliputi frekuensi, durasi, dan perhatian. Salah satu cara penyebaran informasi dapat melalui platform media sosial yaitu YouTube yang menggunakan teknologi yang fleksibel dan nyaman, sistem pelanggan dan pemirsa yang dapat tumbuh dan menjangkau seluruh dunia. YouTube merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh para penggunanya yang mempunyai misi untuk bertukar informasi yang dikemas dalam bentuk video dan memanfaatkan Internet sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat untuk tujuan tertentu. Seperti halnya VINDES yang menggunakan media sosial YouTube. Akun YouTube VINDES terbukti berhasil menarik perhatian dan mengajak pemirsa untuk berlangganan saluran YouTube VINDES untuk melihat konten dan informasi dari postingan yang diposting di akun YouTube VINDES.

Maraknya tren konten di tahun 2022 terjadi ketika beberapa kelompok masyarakat yang peduli kesehatan melakukan strategi untuk meningkatkan keinginan berolahraga pada orang lain dengan memproduksi konten olahraga yang salah satunya diproduksi oleh VINDES Media. Sebagai tayangan yang awalnya populer di

kalangan pelajar, konten Sportainment merupakan hasil dari beberapa kelompok masyarakat yang menyukai olahraga dan peduli terhadap kemajuan olahraga di Indonesia, sehingga menyusun strategi untuk menggalakkan kesediaan orang lain untuk berlatih Vindes Media membuat di YouTube Konten VINDES disebut . Vindes Sportainment berperan dalam pemenuhan kebutuhan hiburan dan berguna untuk menambah informasi seputar olahraga terkini.

Apabila kita berbicara hubungan antara YouTube dengan responden yang penulis pilih yaitu mahasiswa Universitas Gunadarma adalah karena YouTube ini merupakan salah satu media komunikasi di era milenial ini. Mahasiswa Universitas Gunadarma pastinya haruslah memiliki pengetahuan yang luas atau bisa dibilang melek akan teknologi. Mereka tidak hanya pandai dalam berbicara secara verbal, akan tetapi harus juga pandai dalam menggunakan teknologi yang dimana fungsinya sebagai alat pendukung ketika mereka sedang melakukan sebuah komunikasi.

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan dari kuesioner yang sudah disebar dan diujikan dikatakan sah atau valid. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa uji validitas dinyatakan valid, karena nilai r hitung pada setiap pernyataan variabel lebih besar dari nilai r tabel 0,361. Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah alat ukur (kuesioner) dapat diandalkan atau dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis Cronbach’s Alpha. Kriteria data dikatakan reliabel apabila cronbach’s alpha lebih besar dari 0,60 (cronbach’s alpha > 0,60). Berikut adalah tabel penyajian uji reliabilitas :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	CronBach’s Alpha	Standarisasi	Keterangan
Terpaan Media	0,852	0,60	Valid
Konten	0,939	0,60	Valid
Minat	0,778	0,60	Valid

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa nilai cronbach’s alpha untuk variabel Terpaan Media sebesar 0,852. Konten sebesar 0,939. Minat sebesar 0,778. Data

dikatakan realibel apabila memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60. Maka, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel dalam penelitian ini adalah realibel. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan analisis regresi berganda, pengujian ini harus dipenuhi agar penafsiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas. Hasil asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut

Pada penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah Kolmogorov - Smirnov dengan menggunakan program SPSS yaitu dengan melihat angka probabilitas signifikan dimana data dapat disimpulkan berdistribusi normal apabila angka signifikansinya lebih besar dari 0,05. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan terhadap 400 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	400		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.95093274	
Most Extreme Differences	Absolute	.049	
	Positive	.046	
	Negative	-.049	
Test Statistic	.049		
Asymp. Sig. (2-tailed)	.033 <sup>c</sup>		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.270 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.213
		Upper Bound	.327
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 400 sampled tables with starting seed 299883525.			

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari uji normalitas Kormogolov Smirnov menggunakan program SPSS, didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,270 dengan kata lain hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa  $0,270 > 0,05$  maka data tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinieritas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat besaran dari nilai Tolerance dan juga nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai Tolerance lebih besar dari > 0.10 maka artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil dari < 10.00 maka artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.669	1.051		2.540	.011		
	Tergaan Media	.087	.037	.108	2.363	.019	.524	1.908
	Konten	.403	.027	.674	14.741	.000	.524	1.908
a. Dependent Variable: Minat								

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai Tolerance yang diperoleh adalah sebesar 0.524, artinya nilai tolerance yang diperoleh sebesar  $0.524 > 0,10$ . Selanjutnya dari nilai VIF yang diperoleh adalah

sebesar 1.908, artinya nilai VIF yang diperoleh adalah sebesar  $1.908 < 10,00$ . Maka dapat disimpulkan dari melihat nilai Tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh terpaan media dan terhadap keputusan pembelian tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji heterokedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Salah satu persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.502	.925		.542	.588
	Terpaan Media	.008	.029	.019	.292	.771
	Konten	.014	.021	.043	.651	.516

a. Dependent Variable: RES2

Dari data tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi dari variabel Terpaan Media (X1) sebesar  $0,771 > 0,05$  dan nilai koefisien korelasi dari variabel Konten (X2) sebesar  $0,516 > 0,05$  dilihat dari nilai koefisien korelasi Gletser, maka kedua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji linearitas di pergunakan untuk memilih model regresi yang harus dipakai. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui dan melihat ada atau tidak hubungan yang linier antara variabel dependen terhadap variabel independent yang hendak akan diuji. Aturan Penentuan linearitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi simpangan linearitas yang dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan SPSS) dengan nilai alpha yang digunakan. Jika signifikansi deviasi dari linieritas  $> \alpha (0,05)$ , maka nilainya linier.r.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Terpaan Media	Between Groups	(Combined)	5383.669	25	215.347	1.943	.005
		Linearity	338.892	1	338.892	3.057	.081
		Deviation from Linearity	5044.777	24	210.199	1.896	.007
	Within Groups		41456.491	374	110.846		
Total			46840.160	399			

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas, diketahui bahwa nilai sig. Deviation from Linearity sebesar  $0,007$  karena nilai sig.  $0,07 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 yang diterima, artinya terdapat hubungan linear variabel Minat dengan variabel hasil Terpaan Media.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Konten	Between Groups	(Combined)	2270.059	28	81.074	.675	.896
		Linearity	146.737	1	146.737	1.221	.270
		Deviation from Linearity	2123.322	27	78.642	.655	.908
	Within Groups		44570.101	371	120.135		
Total			46840.160	399			

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas, diketahui bahwa nilai sig. Deviation from Linearity sebesar  $0,908$  karena nilai sig.  $0,908 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 yang diterima, artinya terdapat hubungan linear variabel Minat dengan variabel hasil Konten.

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda. Untuk menguji Pengaruh Terpaan Media dan Konten terhadap Minat. Adapaun hasil persamaan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh Terpaan Media

(X1), Konten (X2), terhadap Minat (Y) ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi dibawah ini Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.669	1.051		2.540	.011		
	Terpaan Media	.087	.037	.108	2.363	.019	.524	1.908
	Konten	.403	.027	.674	14.741	.000	.524	1.908

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan hasil uji analisis regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2.669 + 0.87 X_1 + 0.403 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut nilai koefisien regresi variabel terpaan media dan konten bernilai positif yaitu, 0,87 dan 0,403. Hal ini menggambarkan adanya pengaruh terhadap minat olahraga pada mahasiswa universitas gunadarma, dimana terpaan media dan konten jika bernilai 0 maka perkiraan minat olahraga pada mahasiswa universitas gunadarma sebesar 3,909, sedangkan jika terpaan media bernilai satu satuan maka konten akan meningkat 0,87 dan konten bernilai satu satuan maka akan meningkat 0,403.

Uji t (parsial) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing- masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu Terpaan Media dan Konten, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat. Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.669	1.051		2.540	.011
	Terpaan Media	.087	.037	.108	2.363	.019
	Konten	.403	.027	.674	14.741	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan hasil uji t (parsial) sebagai berikut:

1. Variabel Terpaan Media (X1) pada penelitian ini memiliki nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,019 n nilai t-hitung sebesar 2.363 . Karena nilai probabilitas (Sig.) 0,019 < 0,05 dan t-hitung 2.363. > t-tabel 1.965, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel independen yaitu Terpaan Media (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y).
2. Variabel Konten (X2) pada penelitian ini memiliki nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,000 dan nilai t-hitung sebesar 14.741. Karena nilai probabilitas (Sig.) 0,000 < 0,05 dan t- hitung 14.741 > t-tabel 1,965, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel independen yaitu Konten (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat (Y).

Uji F dalam penelian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelian ini ada 2 yaitu terpaan media dan konten, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2661.827	2	1330.913	258.428	.000 <sup>b</sup>

Residual	2044.563	397	5.150		
Total	4706.390	399			
a. Dependent Variable: Minat					
b. Predictors: (Constant), Konten, Terpaan Media					

Berdasarkan tabel diatas, uji F pada penelitian ini memperoleh nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0.000 dan nilai F hitung sebesar 258.428. Karena nilai probabilitas (Sig.) sebesar  $0.000 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $258.428 >$  dari F tabel 3.01, sehingga dapat di artikan bahwa kedua variabel independen yaitu Terpaan Media dan Konten secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat.

Koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan kedua variabel independen secara bersama - sama (simultan) terhadap variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelian ini ada 2 yaitu terpaan media dan konten, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 <sup>a</sup>	.566	.563	2.269
a. Predictors: (Constant), Konten, Terpaan Media				
b. Dependent Variable: Minat				

Berdasarkan tabel diatas, uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat diketahui nilai R yang didapatkan sebesar 0.752, hal tersebut mengartikan Hubungan variabel terpaan media dan konten terhadap minat olahraga mahasiswa Universitas Gunadarma bernilai sangat kuat yaitu 75,2%. Nilai R Square diperoleh sebesar 0.566. Sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen adalah sebesar 56,6%. Sedangkan selebihnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dengan judul “Pengaruh Terpaan Media dan Konten Sportainment VINDES : VINDES Sport Tepok Bulu 2022 Terhadap Minat Olahraga Bulu Tangkis Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma”, maka penulis menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut

1. Terdapat Pengaruh Terpaan Media YouTube Terhadap Minat Olahraga Bulu Tangkis Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma
2. Terdapat Pengaruh Konten Sportainment Terhadap Minat Olahraga Bulu Tangkis Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma
3. Terdapat Pengaruh Terpaan Media dan Konten Sportainment Terhadap Minat Olahraga Bulu Tangkis Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma

Bagi peneliti yang akan melakukan analisis dengan topik sejenis diharapkan dapat meneliti faktor yang lebih luas, seperti objek yang berbeda ataupun menggunakan metode lain seperti kualitatif agar mendapatkan hasil yang lebih mendalam. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya

dalam melakukan penelitian dengan menggunakan objek variabel independen yang berbeda untuk mengetahui faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan, penulis dapat memberikan saran kepada pihak VINDES maupun akun lainnya, dari beberapa faktor yang paling berpengaruh pada penelitian ini penulis berharap agar pihak VINDES maupun pihak lainnya mampu meningkatkan aktifitas olahraga dan



memperbanyak konten – konten sportainment yang lainnya agar membangun semangat masyarakat yang menonton konten VINDES Sport.

#### REFERENCE

- [1] Ardianto, E. (2011). Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif (edisi revisi). Bandung: Rosdakarya.
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2014. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- [3] Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara Chaerun N.
- [4] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [5] Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- [6] Kriyantono, Rahmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- [7] Mcquail. 2010. Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Penerbit. Jakarta: Salemba Humanika.
- [8] Ruslan, Rosady. 2008. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [9] Sendjaja, S.Djuarsa. 1999. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [10] Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- [11] Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta,CV.