

Nomor Daftar FPIPS: 5400/UN40.A2.13/PT/2024

**PENGARUH PROGRAM BINTAN PADA AKUN YOUTUBE @TVUPI
DIGITAL TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA *SUBSCRIBERS*
PENONTON KONTEN**

(Studi Korelasi pada Penonton Program Bintang Episode Olahraga)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia



oleh

Deswita Dwi Lestari

NIM 2000920

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

**PENGARUH PROGRAM BINTAN PADA AKUN YOUTUBE @TVUPI
DIGITAL TERHADAP MINAT BEROLAHRAGA *SUBSCRIBERS*
PENONTON KONTEN**

(Studi Korelasi pada Penonton Program Bintang Episode Olahraga)

Oleh:

Deswita Dwi Lestari

NIM 2000920

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Deswita Dwi Lestari 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di fotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi atau adanya *new media* yang memungkinkan munculnya media sosial salah satunya adalah YouTube, di mana YouTube telah menjadi salah satu platform paling populer dengan pengguna yang mencapai 2,5 miliar pada 2023, dan Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia mencapai 139 juta pengguna. Selain itu, YouTube telah mengubah cara kita mengakses pengetahuan dan mempengaruhi cara kita belajar. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh konten program Bintang episode olahraga pada akun YouTube @TVUPI DIGITAL terhadap minat berolahraga *subscribers*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak antara program Bintang episode olahraga secara signifikan terhadap minat berolahraga *subscribers* yang dilihat dari empat sub variabel yaitu simbolisasi, pengaturan diri, koreksi diri, dan kemampuan belajar, yang merujuk pada Teori Kognitif Sosial Bandura. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Penulis menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden yang merupakan *subscribers* YouTube @TVUPI DIGITAL dan menonton program Bintang episode olahraga. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih satu bulan. Hasil penelitian menunjukkan, (1) terdapat pengaruh antara simbolisasi terhadap minat berolahraga, (2) terdapat pengaruh antara pengaturan diri terhadap minat berolahraga, (3) terdapat pengaruh antara koreksi diri terhadap minat berolahraga, (4) terdapat pengaruh antara kemampuan belajar terhadap minat berolahraga, dan (5) terdapat pengaruh secara simultan antara simbolisasi, pengaturan diri, koreksi diri, dan kemampuan belajar terhadap minat berolahraga. Simpulan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara keempat sub variabel terhadap minat berolahraga yaitu simbolisasi dengan nilai $t\ 2,323 > 1,98525$, pengaturan diri dengan nilai $t\ 2,812 > 1,98525$, koreksi diri dengan nilai $t\ 3,573 > 1,98525$, dan kemampuan belajar dengan nilai $t\ 2,028 > 1,98525$.

Kata Kunci: *new media*, YouTube, program Bintang, minat berolahraga, teori kognitif sosial.

ABSTRACT

This research is motivated by technological developments or the existence of new media which allows the emergence of social media, one of which is YouTube, where YouTube has become one of the most popular platforms with users reaching 2.5 billion in 2023, and Indonesia is the fourth country with the most YouTube users. in the world it reaches 139 million users. Additionally, YouTube has changed the way we access knowledge and influenced the way we learn. This research examines the influence of the Bintan program content with sports episodes on the @TVUPI DIGITAL YouTube account on subscribers' interest in sports. The aim of this research is to find out whether or not there is a significant influence of the Bintan sports episode program on subscribers' interest in exercising as seen from four sub-variables, namely symbolization, self-regulation, self-reflective and vicarious capacity, which refers to Bandura's Social Cognitive Theory. This research using survey method with quantitative approach. Researchers distributed questionnaires through google form to 100 respondents who were @TVUPI DIGITAL YouTube subscribers and watched sports episodes of the Bintan program. This research lasted for approximately one month. the result of this research is, (1) there is influence between symbolizing on interest in exercise, (2) there is influence between self-regulated on interest in exercise, (3) there is influence between self-reflective on interest in exercise, (4) there is influence between vicarious capacity on interest in exercise, and (5) there is a simultan influence between symbolizing, self-regulated, self-reflective, and vicarious capacity on interest in exercise. Conclusion of the research show that there is a significant influence between the four sub-variables on interest in exercise, namely symbolizing with a t value of $2.323 > 1.98525$, self-regulated with a t value of $2.812 > 1.98525$, self-reflective with a t value of $3.573 > 1.98525$, and vicarious capacity with a t value of $2.028 > 1.98525$.

Keywords: *new media, YouTube, Bintan Program, interest in sports, Social Cognitive Theory.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
KATA PENGANTAR.....
UCAPAN TERIMA KASIH.....
ABSTRAK
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Kebijakan	9
1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial.....	9
1.5 Struktur Penulisan Skripsi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 New Media.....	12
2.2 Konten.....	13
2.3 Media Sosial.....	14
2.4 YouTube	15
2.5 Minat Berolahraga.....	16
2.5.1 Minat	16
2.5.2 Olahraga	17
2.6 Teori Kognitif Sosial	19
2.7 Penelitian Terdahulu	21
2.8 Kerangka Berpikir.....	27
2.9 Paradigma Penelitian.....	29
2.10 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian	31

3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian	32
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel.....	33
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.8 Teknik Pengolahan Data	36
3.9 Teknik Analisis Data	36
3.10 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.11 Pengujian Instrumen Penelitian	48
3.11.1 Uji Validitas	48
3.11.2 Uji Reliabilitas	50
3.12 Uji Asumsi Klasik	52
3.12.1 Uji Normalitas	52
3.12.2 Uji Homogenitas	52
3.12.3 Uji Heteroskedastisitas	53
3.13 Uji Hipotesis	53
3.13.1 Uji Korelasi	53
3.13.2 Uji Regresi Berganda	54
3.13.3 Uji Signifikan Regresi Berganda (Uji – F)	55
3.13.4 Uji Koefisien Determinasi	56
3.13.5 Uji Linearitas Garis Regresi	57
3.13.6 Uji – t (Uji Beda).....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Profil Responden	59
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	63
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	80
4.1.4 Uji Hipotesis	84
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.2.1 Pengaruh Unsur Simbolisasi (X_1) Terhadap Minat Berolahraga.....	95
<i>Subscribers</i> (Y)	95
4.2.2 Pengaruh Unsur Pengaturan Diri (X_2) Terhadap Minat Berolahraga.....	98

<i>Subscribers</i> (Y)	98
4.2.3 Pengaruh Unsur Koreksi Diri (X ₃) Terhadap Minat Berolahraga	100
<i>Subscribers</i> (Y)	100
4.2.4 Pengaruh Unsur Kemampuan Belajar (X ₄) Terhadap Minat.....	102
Berolahraga <i>Subscribers</i> (Y)	102
4.2.5 Pengaruh Program Bintang Episode Olahraga (X) Terhadap Minat	104
Berolahraga <i>Subscribers</i> (Y)	104
BAB V PENUTUP	109
5.1 Simpulan	109
5.2 Implikasi	110
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	110
5.2.3 Implikasi Praktis.....	111
5.3 Rekomendasi	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kriteria Bobot Penilaian	36
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	49
Tabel 3.4 Uji Validitas Instrumen Variabel Y	49
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X	51
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y	51
Tabel 3.7 Tingkat Hubungan Korelasi	54
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Mengikuti Kanal YouTube @TVUPI DIGITAL	61
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel X	64
Tabel 4.5 Kategori Kelas Interval Variabel X	65
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel X	65
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Y	66
Tabel 4.8 Kategori Kelas Interval Variabel Y	67
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Y	67
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pada Variabel Simbolisasi (X_1)	68
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel X_1	69
Tabel 4.12 Kategori Kelas Interval Variabel X_1	70
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel X_1	70
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Pada Variabel Pengaturan Diri (X_2).....	71
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel X_2	72
Tabel 4.16 Kategori Kelas Interval Variabel X_2	73
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel X_2	73
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Pada Variabel Koreksi Diri (X_3).....	74
Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Variabel X_3	75
Tabel 4.20 Kategori Kelas Interval Variabel X_3	76

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel X_3	76
Tabel 4.22 Tangapan Responden Pada Variabel Kemampuan Belajar (X_4)	77
Tabel 4.23 Statistik Deskriptif Variabel X_4	78
Tabel 4.24 Kategori Kelas Interval Variabel X_4	79
Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Variabel X_4	79
Tabel 4.26 Uji Normalitas	80
Tabel 4.27 Uji Homogenitas	82
Tabel 4.28 Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 4.29 Uji Korelasi	85
Tabel 4.30 Tingkat Hubungan Korelasi	86
Tabel 4.31 Uji Regresi Berganda	87
Tabel 4.32 Uji Signifikan Regresi Berganda (Uji-F).....	89
Tabel 4.33 Uji Koefisien Determinasi.....	91
Tabel 4.34 Uji Linear Garis Berganda	92
Tabel 4.35 Uji-t (Uji Beda)	93
Grafik 4.1 Kegemaran Responden terhadap Aktivitas Olahraga	62
Grafik 4.2 Olahraga yang Digemari Responden.....	63
Grafik 4.3 <i>Q-Q Plots</i> Uji Normalitas	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akses <i>Subscribers</i> pada program Bintang episode olahraga.....	4
Gambar 1.2 Analisis program Bintang episode 5	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	28
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	29
Gambar 4.1 Hasil Regresi Variabel X_1 Simbolisasi	96
Gambar 4.2 Hasil Regresi Variabel X_2 Pengaturan Diri.....	98
Gambar 4.3 Hasil Regresi Variabel X_3 Koreksi Diri	101
Gambar 4.4 Hasil Regresi Variabel X_4 Kemampuan Belajar	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrument Penelitian

Lampiran 2 Judgement Instrument

Lampiran 3 Profil Responden

Lampiran 4 Tanggapan Responden

Lampiran 5 Bukti *Subscribe* YouTube @TVUPI DIGITAL

Lampiran 6 Uji Normalitas

Lampiran 7 Uji Homogenitas

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 9 Uji Statistik Deskriptif

Lampiran 10 Uji Hipotesis

Lampiran 11 Hasil Turnitin

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. (2012). *Olahraga Kebugaran Jasmani Sebagai Suatu Pengantar* (Syafuruddin (Ed.)). Sukabina Press.
- Alwi, M. (2023). *Ketahui Dampak Positif dan Negatif Teknologi Dalam Proses Belajar*. <https://sohib.indonesiabaik.id/article/efek-positif-negatif-teknologi-proses-belajar-s0kmM>
- Anggreani, S. R., & Hadi, S. P. (2023). the Influence of Atta Halilintar Vlog Content on YouTube Social Media on Interest in Making Vlogs. *Journal of Humanities Social Sciences and Business (Jhssb)*, 2(4), 754–766. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i4.719>
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-YouTube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). YouTubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Comunicar*, 26(57), 71–79. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-07>
- Arellano, P. R., Pérez, V. G., & Fernández, I. B. (2020). YouTube and influencers in childhood. Content analysis and educational proposals. *Icono14*, 18(2), 269–295. <https://doi.org/10.7195/RI14.V18I2.1455>
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence*, 24(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- Bandura, A. (2009). Social Cognitive Theory of Mass Communication Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, May 2013, 37–41.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Kencana Prenada Media Group.

- Burhan, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chen, A., & Darst, P. W. (2002). Individual and situational interest: The role of gender and skill. *Contemporary Educational Psychology*, 27(2), 250–269. <https://doi.org/10.1006/ceps.2001.1093>
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah (Ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Dewing, M. (2012). Social Media: An Introduction. In *Library of Parliament*.
- Effendi, S. (2014). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revi). LP3ES.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Ghosh, A., Varshney, S., & Venugopal, P. (2014). Social Media WOM: Definition, Consequences and Inter-relationships. *Management and Labour Studies*, 39(3), 293–308. <https://doi.org/10.1177/0258042X15577899>
- Han, B. (2016). Social Media Burnout: Definition, Measurement Instrument, and Why We Care. *Journal of Computer Information Systems*, 58(2), 122–130. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1208064>
- Hanifah, N., Herrhyanto, N., & Agustina, F. (2015). Penerapan Metode Weighed Least Square Untuk Mengatasi Heteroskedastisitas Pada Analisis Regresi Linear. *Jurnal EurekaMatika*, 3(1), 105–114.
- Harackiewicz, J. M., Smith, J. L., & Priniski, S. J. (2016). Interest Matters: The Importance of Promoting Interest in Education. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 3(2), 220–227. <https://doi.org/10.1177/2372732216655542>
- Hidi, S. (1990). Interest and Its Contribution as a Mental Resource for Learning. *Review of Educational Research*, 60(4), 549–571. <https://doi.org/10.3102/00346543060004549>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,

Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan.
PT Refika Aditama.

- Juitania, J., & Indrawan, I. G. A. (2020). Dampak Penggunaan Konten YouTube terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5(1). <https://doi.org/10.30998/sap.v5i1.6539>
- Kumala, F. Z. (2021). Pengaruh Penggunaan YouTube Terhadap Minat Dan Motivasi Belajar Matematika. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pengajaran Matematika*, 7(2), 107–116. <https://doi.org/10.37058/jp3m.v7i2.3365>
- Kusnendi. (2017). *Handbook Metode Penelitian*. Bandung.
- LaRose, R. (2009). Social cognitive theories of media selection. *Media Choice: A Theoretical and Empirical Overview*, January 2009, 10–31. <https://doi.org/10.4324/9780203938652>
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358–377. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4803_2
- Luca, M. (2015). *User-Generated Content and Social Media*. 1, 563–592. <https://doi.org/10.1016/b978-0-444-63685-0.00012-7>
- M. Ardiansyah, M. A., & Nugraha, M. L. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Pembelajaran YouTube Dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep Matematika Peserta Didik. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 912–918. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5828>
- Maidarti, T., Azizah, M., Wibowo, E., & Nuswandari, I. (2022). Pengaruh pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. SARAKA MANDIRI SEMESTA BOGOR. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 127–145.
- McKibbin, R. (2011). Sports history: Status, definitions and meanings. *Sport in History*, 31(2), 167–174. <https://doi.org/10.1080/17460263.2011.587598>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (D. Opi (Ed.); 6th ed.). Salemba Humanika.
- Mediana. (2023). *Suka Video Pendek, Generasi Z Minati Konten Hiburan*,

- Makanan, Olahraga, dan Kecantikan.* Kompas.Id.
<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/10/12/generasi-z-indonesia-paling-gemar-menonton-video-pendek-di-YouTube>
- Melendres, M. (2019). *YouTubers Influence of Young People*.
- Menkominfo: Pasal 27 Ayat 3 UU ITE Tidak Mungkin Dihapuskan.* (2015).
 Kominfo.Go.Id.
https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/4419/Menkominfo%3A+Pasal+27+Ayat+3+UU+ITE+Tidak+Mungkin+Dihapuskan/0/berita_satker#:~:text=Pasal 27 ayat 3 UU ITE menyebut melarang setiap orang,dan%2Fatau pencemaran nama baik.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa* (A. C. Wardhani, F. Hamid, & R. Sikumbang (Eds.); 1st ed.). PT Ghalia Indonesia.
- Naab, T. K., & Sehl, A. (2017). Studies of user-generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10), 1256–1273.
<https://doi.org/10.1177/1464884916673557>
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0. *UIN Walisongo Semarang*, 1–37. <https://ebooks.com>
- Nuraini, E., Evayenny, & Ratnayanti, G. (2021). Pengaruh Video Pembelajaran pada Kanal YouTube terhadap Minat Belajar Daring. *Prosiding SEMNARA 2021, 2020*, 66–70.
- Paul Nainggolan, A., BManalu, R. B., & Devan Tarigan, M. (2022). Pengaruh Konten Pengetahuan Olahraga di YouTube Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Prodi Pendidikan Olahraga Universitas Quality Berastagi. *Jurnal Ilmiah Fakultas KIP Universitas Quality*, 6(2), 1–11.
- Pertiwi, D., Hasibuan, E. J., & Auza, A. (2022). Pengaruh Konten Vlog Akun YouTube Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers. ... *Publik, Dan Ilmu ...*, 4(1), 34–43. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1149>
- Raharjo, S. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html#google_vignette
- Raharjo, S. (2021a). *Cara Melakukan Analisis Korelasi Bivariate Pearson dengan SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-korelasi-dengan->

spss.html

Raharjo, S. (2021b). *Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS*.
<https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html>

Schiefele, U. (1991). Interest, Learning, and Motivation. *Educational Psychologist*,
 26(3–4), 299–323. <https://doi.org/10.1080/00461520.1991.9653136>

Setiyawan. (2017). Visi Pendidikan Jasmani dan Olahraga. *Jurnal Ilmiah PENJAS*,
 3(1), 74–86.

Sharma, T., & Sharma, S. (2021). A study of YouTube as an effective educational
 tool. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1),
 2021. <https://cibg.org.au/2686>

Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal
 Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 8(1), 386–397.
<https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>

Silvia, P. J. (2008). Interest - The curious emotion. *Current Directions in
 Psychological Science*, 17(1), 57–60. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00548.x>

Sinha, R., Hearst, M., Ivory, M., & Draisin, M. (2001). Content or Graphics ? An
 Empirical Analysis of Criteria for Award-Winning Websites. *Proceedings of
 the 7th Conference on Human Factors and the Web*, 0–0.
http://webtango.berkeley.edu/papers/hfw01/sinha_hfw01.pdf

Social, W. A. (2023). *The Changing World of Digital In 2023*.
<https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>

Soukup, P. A. (2014). Looking at, through, and with YouTube. *Communication
 Research Trends*, 33(3), 3–34. <https://scholarcommons.scu.edu/com>

Subagia, A. (2023). *Sport Development Index (SDI) dan Pembangunan Olahraga
 Indonesia*. Deputi3.Kemenpora.Go.Id.
<https://deputi3.kemenpora.go.id/detail/358/sport-development-index-sdi-dan-pembangunan-olahraga-indonesia>

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sujarweni, V. W., & Endrayatno, P. (2012). *Statistika Untuk Penelitian* (1st ed.).

Graha Ilmu.

- Suryana, C. (2018). Pengolahan dan analisis departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan. *Jakarta: Direktorat Tenaga Kependidikan*, 46.
- Tobias, S. (1994). Interest, Prior Knowledge, and Learning. *Review of Educational Research*, 64(1), 37–54. <https://doi.org/10.3102/00346543064001037>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Wicaksono, A. (2023). *Google Year on Search 2022: Minat Masyarakat ke Konten Olahraga Tinggi*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230217193349-192-914608/google-year-on-search-2022-minat-masyarakat-ke-konten-olahraga-tinggi>
- Widyagdo, A., Daniati, N., & Rifa'i, I. (2021). Pengaruh penyuluhan dengan aplikasi YouTube terhadap peningkatan pengetahuan kesehatan gigi dan mulut. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi (JIKG)*, 3(2), 619–630.
- Yusuf, M., & Syam, S. (2022). Konten Video YouTube: Pengaruh dan Peminatannya Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Makassar. *Al-MUNZIR*, 15(1), 31–50. <https://doi.org/10.31332/am.v15i1.3389>
- Zahoor, S. Z., Raja, M., & Khan, S. J. (2019). Slicing social media and it's evolution. *International Journal for Research in Engineering Application & Management*, 4(10), 358–367.