

**HUBUNGAN *INFLUENCER* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
DENGAN KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA
GENERASI-Z SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar
Sarjana Olahraga
Program Studi Ilmu Keolahragaan

Oleh:

BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI

NIM 17603144008

**FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2024

**HUBUNGAN *INFLUENCER* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
DENGAN KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA
GENERASI-Z SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar
Sarjana Olahraga
Program Studi Ilmu Keolahragaan

Oleh:

BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI

NIM 17603144008

**FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2024

**HUBUNGAN *INFLUENCER* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
DENGAN KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA
GENERASI-Z SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA**

BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI
NIM 17603144008

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) hubungan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga, (2) hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga, (3) hubungan secara bersama-sama *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional. Data penelitian diperoleh dari 138 siswa generasi-Z menggunakan angket yang dikemas dalam aplikasi *google form*. Teknis untuk menganalisis data penelitian menggunakan korelasi *cronbach alpha* dan korelasi berganda dengan taraf signifikansi 5 persen.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) ada hubungan yang signifikan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga dengan nilai $r = 0.661$ dan derajat keeratan hubungannya pada kategori kuat, (2) ada hubungan yang signifikan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga dengan nilai $r = 0.812$ dan derajat keeratan hubungan kedua variabel pada kategori sangat kuat, (3) ada hubungan yang signifikan secara bersama-sama *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga dengan nilai $r = 0.822$ dan derajat keeratan hubungan pada kategori sangat kuat. Koefisien determinasi hasil analisis korelasi berganda sebesar 0,675 atas hubungan secara bersama-sama antara *influencer* dan motivasi berprestasi memberikan sumbangan pada kesadaran berolahraga sebesar 67.57 persen. Adapun 32.43 persennya disumbang oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus pengamatan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis tersebut dinyatakan bahwa *influencer* dan motivasi berprestasi merupakan variabel penting pada tumbuhnya kesadaran berolahraga bagi siswa generasi-Z.

Kata Kunci: *influencer*, motivasi berprestasi, kesadaran berolahraga

**THE RELATIONSHIP BETWEEN INFLUENCERS AND
ACHIEVEMENT MOTIVATION WITH SPORTS AWARENESS OF
GENERATION-Z STUDENTS SENIOR HIGH SCHOOL 5
YOGYAKARTA**

BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI
NIM 17603144008

ABSTRACT

This study aims at finding out: (1) the relationship between influencers and sports awareness, (2) the relationship between achievement motivation and sports awareness, (3) the relationship between influencers and achievement motivation with sports awareness of generation-Z students of Senior High School 5 Yogyakarta

This is correlational research. Research data were obtained from 138 generation-Z students using questionnaires, packaged in the google form application. cronbach aplha correlation and multiple correlations with a significance level of 5 percent were techniques implemented to analyze the data.

The results showed: (1) there was a significant relationship between influencers and sports awareness with a value of $r = 0.661$ and the degree of closeness of the relationship in the strong category, (2) there was a significant relationship between achievement motivation and exercise awareness with a value of $r = 0.812$ and the degree of closeness of the relationship between the two variables in the category was very strong, (3) There was a significant relationship between influencers and achievement motivation with sports awareness on a value of $r = 0.822$ and the degree of closeness of the relationship in the category was very strong. The coefficient of determination of the results of the multiple correlation analysis of 0.675 on the relationship between influencers and achievement motivation contributed to sports awareness of 67.57 percent. The 32.43 percent was contributed by other factors that were not the focus of observation in this study. Based on the results of the analysis, it was stated that influencers and achievement motivation were important variables in the growth of sports awareness of generation-Z students.

Keywords: influencer, achievement motivation, sports awareness

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baihaqi Agung Iman Tohari

NIM : 17603144008

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 31 Juli 2023

Yang menyatakan,



Baihaqi Agung Iman Tohari
NIM 17603144008

LEMBAR PERSETUJUAN

**HUBUNGAN *INFLUENCER* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
DENGAN KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA
GENERASI-Z SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI
NIM 17603144008**

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta
Tanggal: 31 Juli 2023



Kepala Departemen

Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or.
NIP 19800924 200604 1 001

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Yustinus Sukarmin, M.S.
NIP 19550716 198403 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN *INFLUENCER* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
DENGAN KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA
GENERASI-Z SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

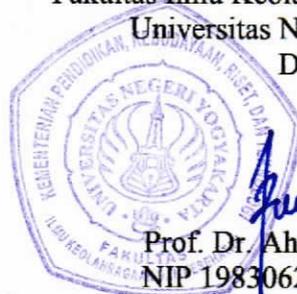
**BAIHAQI AGUNG IMAN TOHARI
NIM 17603144008**

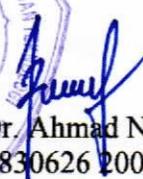
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta
Tanggal: 27 Desember 2023

TIM PENGUJI

| Nama/Jabatan | Tanda Tangan | Tanggal |
|--|--|------------------|
| Prof. Dr. Yustinus Sukarmin, M.S. Ketua Tim Penguji |  | <u>26/3 2024</u> |
| Dr. Rizki Mulyawan, S.Pd., M.Or. Sekretaris Tim Penguji |  | <u>25/3 2024</u> |
| Prof. Dr. Yudik Prasetyo, M. Kes Penguji Utama |  | <u>25/3 2024</u> |

Yogyakarta, 26 Maret 2024
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Prof. Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.
NIP 19830626 200812 1 002

MOTTO

Teruslah menari jangan berhenti, Memuncaklah hebat.

Walaupun nanti.

Jadilah seperti yang kau ingini, Jalan masih panjang.

- Farid Stevy Asta-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya, karya ini dipersembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kemampuan berpikir serta memberikan banyak kekuatan dan ketabahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Hartoyo dan Ibu Pujiyati yang dengan sabar dan tidak henti-hentinya memotivasi, memberikan dukungan, dan semangat, serta doa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Hubungan *Influencer* dan Motivasi Berprestasi dengan Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta” dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa dalam menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Keolahragaan.

Terselesaikan skripsi ini berkat dorongan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak, teristimewa Pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan yang sungguh baik ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

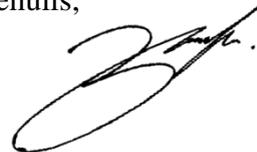
1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or., Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan (FIKK), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY).
2. Bapak Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or., Ketua Departemen Ilmu Keolahragaan FIKK UNY dan Bapak Dr. Sulistiyono, M.Pd., Sekretaris Departemen Ilmu Keolahragaan yang telah banyak memberikan dukungan morel dan perhatian.
3. Bapak Prof. Dr. Yustinus Sukarmin, M.S., Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh perhatian.
4. Dosen Departemen Ilmu Keolahragaan FIKK UNY yang telah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan.

5. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memotivasi agar penulis senantiasa bersemangat dan tidak mengenal putus asa.
6. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah membantu hingga skripsi ini terselesaikan.

Sangat disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat diharapkan dari para pembaca untuk perbaikan dan penyempurnaan. Semoga budi baik yang telah diberikan, dinilai ibadah dalam pandangan Tuhan Yang Maha Esa.

Yogyakarta, 31 Juli 2023

Penulis,



Baihaqi Agung Iman Tohari

NIM 17603144008

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN | v |
| LEMBAR PENGESAHAN | vi |
| MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 18 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 20 |
| D. Rumusan Masalah..... | 20 |
| E. Tujuan Penelitian | 21 |
| F. Manfaat Penelitian | 21 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 23 |
| A. Kajian Teori | 23 |
| 1. <i>Influencer</i> | 23 |
| 2. Motivasi Berprestasi..... | 38 |
| 3. Kesadaran Berolahraga | 51 |
| B. Penelitian yang Relevan..... | 64 |
| C. Kerangka Pikir | 66 |
| D. Hipotesis Penelitian | 70 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 71 |

| | |
|---|------------|
| A. Metode dan Jenis Penelitian..... | 71 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 74 |
| C. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 74 |
| D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel..... | 75 |
| E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian..... | 78 |
| F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data..... | 80 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 90 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 95 |
| A. Deskripsi Data Hasil Penelitian..... | 95 |
| B. Hasil-Hasil Penelitian..... | 99 |
| C. Pembahasan..... | 111 |
| D. Keterbatasan Penelitian..... | 120 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 122 |
| A. Kesimpulan..... | 122 |
| B. Implikasi Hasil Penelitian..... | 122 |
| C. Saran..... | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 124 |
| LAMPIRAN..... | 134 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1. Skor Skala Tiga Variabel Penelitian..... | 82 |
| Tabel 2. Ringkasan Validitas Instrumen <i>Influencer</i> , Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga..... | 86 |
| Tabel 3. Kategori Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 88 |
| Tabel 4. Pedoman untuk Menginterpretasi Koefisien Korelasi | 93 |
| Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Normalitas Data | 101 |
| Tabel 6. Ringkasan Banyak Sampel Tiap-tiap Variabel | 102 |
| Tabel 7. Hasil Uji Homogenitas Varian | 103 |
| Tabel 8. Hasil Uji Korelasi Sederhana Teknik <i>Product Moment</i> | 104 |
| Tabel 9. Ringkasan Hasil Uji Korelasi Berganda | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir | 69 |
| Gambar 2. Skema Alur Rancangan Penelitian | 73 |
| Gambar 3. Distribusi Respons Siswa Generasi-Z terhadap <i>Influencer</i> | 96 |
| Gambar 4. Distribusi Data Respons Motivasi Berprestasi Siswa Generasi-Z . | 97 |
| Gambar 5. Distribusi Respons Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z..... | 98 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Surat Izin Penelitian..... | 135 |
| Lampiran 2. Surat Keterangan Melakukan Penelitian | 136 |
| Lampiran 3. Kisi-Kisi Angket Pengumpulan Data <i>Influencer</i> , Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga | 137 |
| Lampiran 4. Angket <i>Influencer</i> | 138 |
| Lampiran 5. Angket Motivasi Berprestasi | 140 |
| Lampiran 6. Angket Kesadaran Berolahraga | 141 |
| Lampiran 7. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen <i>Influencer</i> | 142 |
| Lampiran 8. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen Motivasi Berprestasi | 146 |
| Lampiran 9. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kesadaran Berolahraga | 149 |
| Lampiran 10. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen <i>Influencer</i> . | 152 |
| Lampiran 11. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Motivasi Berprestasi | 154 |
| Lampiran 12. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Kesadaran Berolahraga..... | 155 |
| Lampiran 13. Data Interval <i>Influencer</i> , Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga..... | 156 |
| Lampiran 14. Uji Normalitas Data Variabel <i>Influencer</i> , Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga | 159 |
| Lampiran 15. Uji Homogenitas Variansi <i>Influencer</i> , Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga | 161 |
| Lampiran 16. Analisis Korelasi Sederhana <i>Pearson</i> antara <i>Influencer</i> dan Kesadaran Berolahraga..... | 162 |
| Lampiran 17. Analisis Korelasi Sederhana <i>Pearson</i> antara Motivasi Berprestasi dan Kesadaran Berolahraga | 163 |
| Lampiran 18. Analisis Korelasi Sederhana <i>Pearson</i> antara <i>Influencer</i> dan Motivasi Berprestasi | 164 |

Lampiran 19. Analisis Korelasi Berganda secara Bersama-sama *Influencer*
dan Motivasi Berprestasi dengan Kesadaran Berolahraga 165

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemanfaatan media sosial yang begitu marak, menurut Prilleltnsky (Mahdia, 2018, p. 173) kini bukan hanya merupakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Fungsi media sosial telah merambah sebagai pendukung sarana bisnis. Di antara komoditas bisnis yang tengah berkembang dengan menggunakan media sosial yaitu pemasaran melalui sarana digital oleh orang-orang yang dikenal dengan sebutan *influencer*. Para *influencer* memasarkan produknya dengan menyajikan testimoni positif atau ajakan pembelian melalui gambar atau video di media sosial. *Influencer* merupakan orang yang berkemampuan untuk memengaruhi dan mengubah perilaku atau opini secara *online*, umumnya memanfaatkan jejaring sosial (Evelina & Handayani, 2018, p. 76). Orang-orang yang berpengaruh itu memperoleh kepercayaan dari rekan-rekan *online*-nya, sehingga opini dari *influencer* mampu memberikan pengaruh positif untuk reputasi *online*, maupun produk atau *brand*.

Di zaman revolusi industri ini, pesatnya perkembangan teknologi memberikan kemudahan kepada seseorang untuk memengaruhi orang-orang lain. Ada berbagai sarana media sosial atau *platform* untuk melancarkan usahanya dalam memengaruhi orang lain. *Social Networking Site* (SNS) sebagai jejaring sosial merupakan layanan berbasis jaringan yang memudahkan para penggunanya menjalin hubungan sosial melalui dunia digital (Welta, 2013, p. 511).

Merebaknya *social media influencer* yang kini tengah fenomenal berdampak kuat pada pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup *prestige* mendorong masyarakat mengikuti arus bergaya kekinian sebagaimana dipopulerkan oleh *influencer* media sosial. Gaya hidup baru itu sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi digital. Pernyataan itu didukung oleh persen (Widarini, et al., 2021, p. 13). dengan mengemukakan ada sebanyak 79 persen pengguna *internet* mengakses informasi dari telepon genggam. Sebaran usia responden pengguna internet didominasi oleh orang berusia 18-34 tahun sebanyak 51,18 persen, orang yang berusia 35-54 tahun berjumlah 39,80 persen, dan yang berusia 13-18 tahun berjumlah 4,71 persen. Alasan orang-orang mempercayai media sosial karena perannya sebagai penyeimbang informasi resmi pemerintah, sehingga memerlukan informasi penyeimbangannya. Data sebaran responden berdasarkan usia itu mengandung informasi bahwa tiap-tiap generasi menggunakan *internet* dan telah mulai biasa perangkat digital. Widarini et al. (2021, p. 36) melaporkan ada tujuh jenis aplikasi media komunikasi yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang dituju.

Menurut Nielsen (Widarini et al., 2021, pp. 39-40), konsumen *internet* kini telah menikmati berita atau materi lain melalui berbagai perangkat digital. Laporan Data Digital Indonesia 2019, jumlah pengguna aktif *internet* dan media sosial melalui ponselnya diketahui sekitar 56 persen dari jumlah total penduduk Indonesia. Yang menarik pada laporan tersebut bahwa penetrasi *internet* yang dilakukan oleh generasi milenial dan generasi-Z mencapai lebih dari 50 persen dari total penduduk. Generasi-Z, adalah sebutan bagi orang yang dilahirkan pada 1997-

2012, kini mereka telah berusia 11-26 tahun. Adapun generasi milenial merupakan sebutan bagi orang-orang yang berusia 26-41 tahun atau dilahirkan pada 1981-1996. Mayoritas responden atau 44,80 persen, mengaku setiap hari membuka aplikasi *facebook* dengan durasi waktu selama dua jam per hari.

Youtube sebagai kanal informasi dan hiburan menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia karena kemudahan akses dan konten-kontennya yang menarik. Sebanyak 47,06 persen responden mengakses *youtube* setidaknya kurang dari 2 jam per hari. Adapun durasi dalam mengakses *whatsapp* diketahui sejumlah 47,75 persen responden mengakses *whatsapp* selama 2-8 jam per hari dan 37,45 persen responden mengakses *whatsapp* selama lebih dari 8 jam per hari. Masyarakat Yogyakarta, sebaran lama waktu mengakses media sosial dalam rentang 2-8 jam meliputi media sosial *online*, *facebook*, *youtube*, *whatsapp*, *line*, *telegram*, *instagram*, atau *twitter* (Widarini et al., 2021, p. 45).

Hasil studi UNICEF (Fitriansyah & Waliyanti, 2018, p. 37) pada 2016 melaporkan sebanyak 30 jutaan remaja di Indonesia mengakses *internet*, 80 persen remaja di kota Jakarta dan Yogyakarta ber-*internet* secara aktif, 70 persennya untuk bertemu teman secara *online* dengan media *instagram*. Pada hasil penelitian Hidayatun (2015, p. 11) dilaporkan bahwa tingkat penggunaan media sosial oleh responden siswa memiliki perhatian dalam kategori cukup, menghayati sajian, dan durasi frekuensi pada kategori cukup, tetapi konsumtif dan bergaya hidup cukup boros. Berdasarkan analisis data kuesioner, disimpulkan bahwa banyak siswa belum mampu mengembangkan gaya keputusan berbelanja secara rasional atau mudah terpengaruh faktor-faktor dari luar atau orang lain, termasuk *influencer*.

Melalui profesinya, banyak *influencer* mendapatkan tempat di ruang gawai masyarakat dan memiliki banyak penggemar. Para *followers* tidak hanya melihat konten testimoni dari produk, namun juga konten pribadi para *influencer*. Para digital *influencer* ini menjalankan fungsi promosinya dengan menggunakan metode *word of mouth* (WOM). Kesuksesan fungsi promosi dengan menggunakan digital *influencer* didasarkan statistik hasil survei Sila (2020, p. 33) mengungkapkan 92 persen konsumen lebih percaya kepada *influencer* dibandingkan dengan cara *endorse* tradisional dan iklan oleh selebritas. Oleh karena itu, sangat wajar jika digital *influencer* ini dapat menjalankan fungsi promosi lebih efektif melalui *word of post*. Sehubungan dengan uraian tersebut maka melalui penelitian ini perlu diketahui respon para siswa sekolah menengah atas di era digital ini ketika berkomunikasi dengan orang lain (*influencer*) yang mencoba memengaruhinya.

Umumnya, *influencer* mengemban tiga peran utama (Lingga et al., 2022, p. 78), yaitu berperan untuk menginformasikan, membujuk, dan menghibur. Fungsi untuk menginformasikan adalah untuk memberitahukan dan membantu pengikutnya mendapat informasi-informasi baru. Peran membujuk bertujuan agar yang bersangkutan menjalankan aksi merayu dan membujuk. Dalam aksi membujuk, *influencer* berusaha membuat target mau menerima pandangannya atau mengadopsi perasaan dan perilaku *influencer*. Adapun peran menghibur dilakukan untuk memberikan hiburan kepada *audiens* dengan memberikan peran kepada *influencer* untuk menghibur sehingga audiens lebih percaya.

Menurut Hariyanti & Wirapraja (Lingga et al., 2022, p. 78) seorang *influencer* dapat meningkatkan citra dari merek suatu produk menjadi lebih baik

dengan biaya lebih murah daripada menggunakan *brand endorser* oleh artis atau figur yang terkenal dalam pandangan masyarakat, apalagi yang telah mencapai posisi papan atas. Memilih *influencer* umumnya didasarkan pada kemampuan, popularitas, keahlian, popularitas, atau reputasinya. Orang berasumsi bahwa *influencer* sama dengan motivator, yaitu orang yang memberikan dorongan agar orang terdorong untuk mendengarkan perkataan dan mengikuti anjuran yang disampaikannya. Orang memerlukan motivasi untuk mencapai kehidupan yang lebih baik lagi, maka seorang motivator dituntut mampu memberikan pencerahan dan mempunyai solusi yang dapat diterima akal oleh pendengarnya.

Sebagai *influencer*, ia dapat memotivasi, memengaruhi, dan menginspirasi para pengikutnya untuk melakukan perubahan positif dalam hidupnya. Beberapa tindakan yang dapat dilakukan untuk membangkitkan motivasi kepada para pengikut, khususnya para siswa, antara lain, sebagai berikut.

1. Berbagi kisah inspiratif tentang kehidupan pribadi, tantangan yang telah dapat diatasi, dan kisah yang dialami *influencer* dalam usaha mencapai kesuksesan dapat membantu menginspirasi pengikut untuk melakukan hal yang sama.
2. Memberikan dukungan dan dorongan kepada para pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan. Memberikan kata-kata semangat dan dukungan positif dapat membantu meningkatkan rasa percaya diri dan memotivasi.
3. Berbagi saran dan tips tentang pencapaian tujuan, peningkatan kesehatan, dan kebugaran jasmani, atau meningkatkan keterampilan dengan tujuan membantu menginspirasi para pengikutnya untuk mencoba hal-hal baru dan meningkatkan taraf kehidupan.

4. Berbagi pengalaman tentang kesuksesan, kegagalan, dan belajar dari kesalahan dapat membantu pengikutnya untuk memahami bahwa kegagalan sebagai bagian dari proses sehingga perlu terus mencoba dan belajar dari pengalaman.
5. Menjadi contoh yang baik dengan hidup sehat, berwawasan luas, dan positif dapat membantu menginspirasi pengikutnya untuk meniru perilaku yang sama.

Menurut Dogan (2016, p. 220) penggunaan media sosial selain menumbuhkan kesejahteraan psikologis, konten media sosial yang disajikan *influencer* juga berdampak positif memberikan kepuasan kepada para siswa atau remaja. Hal itu disebabkan oleh konten yang disampaikan berhasil memotivasi para muda pengikutnya lebih membuka diri terhadap lingkungan, kemampuan bersosialisasi semakin baik, dan lebih percaya diri. Motivasi merupakan suatu daya dorong yang tumbuh pada diri seseorang untuk berbuat sesuatu, berkomitmen pada pilihannya, dan menuruti *influencer* atau idola lainnya (Hapsari et al., 2022, p. 3). Robbins & Judge (2018, p. 127) menyatakan bahwa motivasi merupakan kesediaan tinggi untuk mencapai tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuannya dalam upaya memenuhi kebutuhan individu. Motivasi merupakan faktor pendorong bagi orang untuk beraktivitas. Faktor pendorong itu, seringkali berkaitan dengan kebutuhan atau keinginan yang bersangkutan. Kebutuhan dan keinginan orang-per orang tidak selalu sama satu sama lain. Perbedaan itu terjadi karena proses mental dalam diri yang bersangkutan, dan pada hakikatnya merupakan proses belajar terhadap segala sesuatu yang dilihat atau dialami dari lingkungan di sekitarnya.

Sementara itu Putri et al. (2021, p. 30) menyatakan bahwa motivasi merupakan suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang karena setiap motivasi mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Motivasi merupakan suatu hal yang menggerakkan manusia untuk bertindak laku dan perbuatan itu mempunyai tujuan tertentu.

Gunarsa & Singgih ((Sholicha & Wijayaningsih, 2020, p. 92) mengemukakan bahwa motivasi untuk berolahraga merupakan kekuatan penggerak pada diri seseorang untuk melakukan aktivitas olahraga, menjamin pelaksanaan latihan secara konsisten, dan mengarahkan aktivitasnya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Muskanan (2015, p. 107) menyatakan bahwa motivasi berolahraga dipilah atas motivasi primer dan sekunder; atau motivasi biologis dan motivasi sosial. Banyak ahli yang mengelompokkan motivasi menjadi motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik dimaksudkan sebagai motivasi yang didasarkan oleh rasa senang yang tumbuh dari dalam diri seseorang terhadap aktivitas olahraga tertentu. Adapun motivasi ekstrinsik merupakan dorongan dari luar sehingga individu berpartisipasi dalam olahraga. Faktor-faktor intrinsik mendorong seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk di dalamnya adalah hubungan antarmanusia, imbalan, kondisi lingkungan, dan sebagainya (faktor ekstrinsik). Adapun faktor motivator yang mendorong seseorang berusaha mencapai kepuasan, di antaranya adalah *achievement* (prestasi), pengakuan, kemajuan tingkat kehidupan, dan sebagainya. Dalam hal ini, motivasi pada seseorang berkembang menjadi *need of achievement* atau kebutuhan untuk berprestasi dan sering disebut dengan motivasi berprestasi.

Nurdidaya & Selviana dalam Muskanan (2015, p. 107) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi seseorang dalam berolahraga merupakan suatu dorongan yang harus dimiliki oleh seorang atlet untuk mencapai tujuan dan berprestasi tinggi. Berbagai usaha, ketekunan dan kegigihan dalam berlatih terdorong bangkit oleh adanya motivasi berprestasi pada diri seseorang yang ingin meraih prestasi, untuk meningkatkan harga diri dengan diiringi oleh berbagai penghargaan yang diraihnya. Motivasi berprestasi dalam berolahraga dapat diukur dengan beberapa indikasi misalnya dengan pilihan-pilihan tugas, upaya atau usaha, kegigihan, dan pencapaian prestasi. Keberadaan motivasi berprestasi pada diri seseorang berarti bahwa orang itu bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas yang diembannya dengan sebaik-baik dan berusaha keras mencapai standar di atas orang lain.

Konsep motivasi berprestasi dirumuskan pertama kali oleh Murray (Sugiyanto, 2012, p. 4). Murray memakai istilah kebutuhan berprestasi (*need for achievement*) untuk motivasi berprestasi, dideskripsikannya sebagai hasrat atau tendensi untuk mengerjakan sesuatu yang sulit dengan secepat dan sebaik mungkin. Dijelaskan lebih lanjut bahwa motivasi berprestasi merupakan daya penggerak untuk mencapai taraf prestasi yang setinggi mungkin demi pengharapan kepada dirinya sendiri. Sementara itu McClelland (Sugiyanto, 2012, p. 5) pionir dalam studi motivasi berprestasi dan mengembangkan metode pengukuran, memberikan batasan motivasi berprestasi sebagai usaha untuk mencapai sukses dan bertujuan untuk berhasil dalam kompetisi dengan suatu ukuran keunggulan. Ukuran

keunggulan itu dapat berupa prestasinya sendiri yang dicapai sebelumnya atau prestasi orang lain.

Menurut Larsen & Buss (2005, p. 347) orang yang memiliki motivasi berprestasi dapat dicirikan dengan keinginan melakukan pekerjaan atau latihan yang lebih baik, meminimalisir atau mengatasi hambatan yang menghadang dalam rangka pencapaian tujuan. Motivasi bukan hanya sebagai faktor penting dalam memberikan arahan dan penuntun perilaku seseorang yang ingin mencapai tujuan, tetapi juga merupakan pembaningkit semangat dan tekad yang menyebabkan orang menjadi tekun meningkatkan kualitas hidup yang lebih tinggi dalam berbagai bidang.

Dalam konteks persekolahan motivasi berperan penting untuk pencapaian prestasi yang lebih baik, siswa yang memiliki motivasi akan memiliki energi untuk bergerak mencapai tujuan dan mampu mempertahankannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Motivasi berprestasi memberikan kontribusi positif dan berkorelasi terhadap pencapaian prestasi siswa pada pemrosesan yang mendalam. Motivasi prestasi berkontribusi positif terhadap nilai siswa dalam mencapai orientasi, orientasi makna, dan studi metodis. Awan et al., (2011, p. 73) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi dan konsep diri, langsung atau tidak langsung, ada kaitannya dengan upaya pencapaian prestasi. Siswa yang bermotivasi tinggi berprestasi akan memberikan yang terbaik daripada siswa yang rendah motivasinya.

Sementara itu, Eccless & Wigfield (Efendy et al., 2021, p. 1050) menyatakan bahwa tingkah laku berprestasi ditentukan oleh harapan dan nilai.

Harapan merujuk pada keyakinan seseorang tentang keberhasilannya. Harapan terdiri atas komponen, yaitu konsep diri yang berkaitan dengan tugas tertentu dan persepsi tentang kesulitan dalam penyelesaian tugas, termasuk di antaranya dalam hal olahraga. Di sekolah, relasi antara guru dan siswa juga mengandung pesan yang memengaruhi motivasi berprestasi dan disposisi pendidikan. Relasi sosial guru dan siswa akan membentuk persepsi kemampuan siswa, penilaian subjektif atas peluang pendidikan dan harapan untuk berhasil dalam mencapai prestasi.

Olahraga adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk melatih atau mengolah tubuhnya secara jasmani atau rohani. Berolahraga secara rutin dan teratur dapat menyebabkan tubuh menjadi sehat. Olahraga juga meningkatkan kekebalan tubuh, sehingga kesehatan juga akan terjaga. Hasil penelitian Santoso & Anandaputra (2017, p. 2) menemukan ada hubungan yang signifikan antara intensitas olahraga dan konsentrasi belajar. Oleh karena itu, olahraga sangat direkomendasikan kepada masyarakat Indonesia apabila anak usia sekolah ingin meningkatkan konsentrasinya. Dengan meningkatkan partisipasi dalam olahraga dan aktivitas fisik akan memberikan dampak positif bagi kualitas fisik dan kesehatan mental siswa. Selain itu, menurut Junaidi (2011, p. 19) berbagai aktivitas fisik ringan hingga sedang dan menyenangkan menurut usianya secara periodik dapat meningkatkan kesegaran jasmaninya. Seseorang dikatakan mempunyai kesegaran atau kebugaran jika orang tersebut terjaga kesehatan tubuhnya dan bermampuan menjalankan aktivitas sehari-hari tanpa merasakan kelelahan berarti dan tetap semangat menikmati waktu luang atau berkegiatan lainnya. Aktivitas fisik dapat juga memberikan penguatan terhadap keselarasan antara mental, emosional,

dan sosial. Oleh karena itu, perlu dibangun kesadaran masyarakat dalam berolahraga, khusus kepada para siswa sejak awal memasuki bangku sekolah.

Siswa sekolah menengah atas (SMA) yang masih muda usia, bersiap untuk studi lanjut ke berikutnya dengan menekuni bidang dicita-citakannya atau sesuai dengan bakat yang dimiliki. Sayangnya, siswa yang bermotivasi untuk berprestasi tinggi dalam berbagai pelajaran belum banyak bermunculan dipermukaan. Pencapaian prestasi akademik juga masih banyak berada dalam klasifikasi minimal lulus. Pada tulisan Suharni & Purwanti (2018, p. 134) dikemukakan bahwa kebutuhan berprestasi oleh para siswa mempunyai kadar dorongan berprestasi yang berbeda-beda antara siswa yang satu dengan siswa lainnya. Banyak siswa yang masih rendah motivasi berprestasinya, para siswa bercenderung takut gagal dan enggan menanggung risiko dalam mencapai prestasi belajar. Dalam penelitian Santosa & Usman (2016, p. 18) dikemukakan bahwa motivasi berprestasi siswa hanya 13,83 persen. Adapun penyebab rendahnya motivasi belajar pada indikator cita-cita siswa disebabkan oleh siswa tidak memiliki keinginan pada dunia otomotif sepeda motor. Pilihan masuk sekolah ini bukan atas kehendak atau diri sendiri. Penyebab lainnya adalah siswa kurang mempunyai kesadaran untuk mengembangkan potensi dirinya, dari pihak guru belum ditemukan upaya perbaikan proses pembelajaran, khususnya dalam aspek membangkitkan motivasi berprestasi para peserta didiknya. Hasil penelusuran pada jurnal-jurnal penelitian didapatkan fenomena bahwa prestasi atlet dalam bidang olahraga telah banyak dipublikasikan. Meskipun demikian, belum banyak ditemukan publikasi hasil penelitian tentang motivasi berprestasi siswa termasuk atlet yang giat belajar di

jenjang pendidikan formal (Erdiyanti & Febriyanto, 2019, p. 20) padahal, pendidikan formal juga memiliki peran yang sangat penting bagi masa depan atlet. Oleh karena itu, atlet juga harus memiliki motivasi berprestasi yang tinggi dalam pendidikan formal agar dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan pada pendidikan formal secara maksimal.

Siswa yang memiliki motivasi berprestasi rendah umumnya kecenderungan memiliki motivasi yang berasal dari luar dirinya, siswa tergerak untuk memenuhi ajakan, arahan, suruhan, pujian, hadiah, atau paksaan orang lain. Sebaliknya, siswa yang mempunyai motivasi intrinsik kuat, mempunyai daya dorong dalam dirinya untuk mencapai prestasi dalam upaya mencapai tujuan yang ditetapkannya. Motivasi untuk berprestasi dibutuhkan oleh para siswa sebagai daya penggerak dirinya untuk memperoleh keberhasilan dan pelibatan diri dalam kegiatan. Pencapaian keberhasilan dalam prestasi bergantung pada usaha pribadi dan kemampuan yang dimilikinya. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa motivasi berprestasi sangat penting demi keberhasilan prestasi akademik maupun non-akademik siswa seperti prestasi dalam berolahraga.

Kesadaran yang dimiliki oleh masyarakat dalam berolahraga secara rutin memberikan sumbangan yang berarti dalam pembangunan individu dan dampak positif membuat masyarakat lebih cerdas, lebih sehat, lebih terampil, tangguh, kompetitif, sejahtera, dan lebih bermartabat (Prasetyo, 2015, p. 225). Hal itu bermakna bahwa olahraga mempunyai tempat yang amat strategis, memperoleh posisi penting. Kedudukan itu dapat dicapai karena olahraga berkompentensi tinggi untuk memengaruhi peningkatan pembangunan di sektor lain, terutama dalam

membantu meningkatkan mutu sumber daya manusia dan taraf kesehatan hidup masyarakat. Meskipun demikian, Prasetyo (2015, p. 221) menyatakan bahwa ada kesibukan dan rasa malas membuat olahraga lebih sering terabaikan. Selain itu rendahnya pemahaman akan pentingnya olahraga juga menjadi salah satu faktor penyebab orang tidak terdorong untuk berolahraga secara rutin.

Penelitian oleh Arifin (2018, p. 1) dilakukan berdasarkan pada fakta kurangnya kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam olahraga secara teratur. Masyarakat di lokasi penelitiannya dinilai kurang memahami arti dan manfaat berolahraga secara luas, padahal olahraga merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupannya, untuk menjaga kondisi fisik dan kesehatannya agar tetap baik. Partisipasi rutin dalam berolahraga dapat meningkatkan kesehatan dan mencegah timbulnya penyakit termasuk penyakit jantung, diabetes, osteoporosis, bentuk kanker, obesitas dan cedera, mengurangi depresi, stres dan kecemasan, meningkatkan kepercayaan diri, tingkat energi, kualitas tidur, dan kemampuan untuk berkonsentrasi.

Dalam tulisan Utami & Nodia (2018, p. 11) dikemukakan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia dalam melaksanakan aktivitas fisik seperti berlatih olahraga teridentifikasi masih rendah, hal ini didukung oleh data statistik 2015 yang dipublikasi oleh badan yang berwenang. Pada data tersebut dituliskan banyaknya masyarakat Indonesia yang berolahraga secara rutin terbilang hanya sebesar 27,61 persen. Hal itu berbanding terbalik dengan besaran waktu yang digunakan masyarakat untuk memanfaatkan gawai. Indonesia menempati posisi ke-10 dalam daftar ini, dengan rata-rata waktu penggunaan media sosial 197 menit atau sekitar

3,2 jam per hari. Dalam penggunaan aplikasi *WhatsApp*, Indonesia menempati urutan nomor tiga terbanyak di antara 11 negara, tetapi berolahraga minimal 30 menit saja tidak mampu melaksanakannya. Fakta di lapangan juga dikemukakan oleh Fuadah, Tauhid, & Ludyanti (2022, p. 251) bahwa sebagian besar (76.6 persen) remaja masih kurang pengetahuan tentang perilaku hidup bersih dan sehat selama pandemi, tingkat kesadaran remaja untuk melakukan hal itu dalam kategori rendah. Remaja kurang menyadari pentingnya berolahraga secara teratur, memakan buah-buahan dan sayur sayuran.

Sejalan dengan hal itu Sutapa, Prasetyo, Pratama, et.al., (2020, p. 3) melaporkan bahwa Indeks Pembangunan Olahraga (SDI) nasional untuk Indonesia adalah 0,345, yang dianggap sangat rendah dibandingkan dengan nilai indeks maksimum yaitu satu. SDI merupakan ukuran aktivitas olahraga yang tidak dilombakan atau dalam tahap observasi berdasarkan empat dimensi dasar, yaitu (1) partisipasi, (2) ruang terbuka, (3) kebugaran, dan (4) sumber daya manusia. Dimensi partisipasi merupakan prosentase banyaknya orang yang berolahraga di suatu daerah dengan populasi tertentu. Ruang terbuka adalah prosentase luas lahan yang sering digunakan untuk berolahraga atau terhadap seluruh ruang terbuka yang tersedia, adapun kebugaran jasmani diukur menggunakan *Multistage Fitness Test*, latihan *aerobic*, dan latihan *anaerobic*. Adapun sumber daya manusia adalah prosentase ketersediaan instruktur olahraga pada suatu daerah dengan populasi tertentu.

Pertumbuhan teknologi, informasi dan komunikasi di dunia digital berjalan demikian pesat merambah ke negara-negara di dunia. Berkembangnya dunia digital

itu bersamaan pula dengan tumbuh berkembangnya generasi-Z, suatu generasi yang dilahirkan pada interval 1997-2012. Generasi ini begitu mudahnya menyesuaikan diri dan menerima perubahan-perubahan yang datang dari luar dan menerapkan dalam kehidupannya atau ditularkan di lingkungan tinggalnya. Generasi berkontribusi meluasnya penyebaran teknologi, informasi dan komunikasi dalam zaman digital ini. Berkembangnya teknologi dan informasi di zaman digital bergerak dengan cepat bagi generasi sebelumnya, namun mudah bagi generasi-Z untuk memperoleh aliran informasi dan teknologi yang begitu cepat. Dengan menggunakan media sosial berbantuan peralatan digital, serasa dunia tidak lagi berjarak, tak ada lagi waktu yang membatasinya.

Digital influencer yaitu orang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, kini menjadi fenomena untuk mengenalkan berbagai produk menggunakan media digital. *Digital influencer*, dalam tulisan ini juga dikenal sebagai *influencer*, mengunggah berbagai video atau foto berkaitan dengan aktivitas harian, seperti aneka makanan yang dikonsumsi, tempat-tempat *hang-out*, ulasan tentang hal baru, maupun aneka tutorial di unggah pada akun media sosial. Para *digital influencer* ini adalah pihak ketiga yang telah memiliki popularitas tinggi, tidak selalu berasal dari kalangan artis atau *public figure*, akan tetapi memiliki akun sosial media sendiri dan diikuti oleh orang lain sebagai *follower*, orang itu sudah disebut sebagai *digital influencer* (Evelina & Handayani, 2018, pp. 71-74).

Kini orang tidak heran lagi jika ada lagu baru yang bisa mencapai tangga lagu *hits* di berbagai negara dan masuk kategori *top charts music* dunia. Demikian

pula dengan sektor *fashion*, otomotif, objek wisata baru dan sektor lainnya juga cepat dikenal secara luas oleh masyarakat dunia berkat peran *influencer* yang didukung oleh pertumbuhan media sosial. Produk-produk tersebut menyebar melalui unggahan *influencer* atau para selebgram di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, sehingga aneka produk tersebut diketahui, dikenal, digemari bahkan dicari para pengikutnya di media sosial. Hal itu yang kini juga menjadi fenomena yang berkembang di Yogyakarta.

Sebagaimana diketahui masyarakat luas, Yogyakarta merupakan kota di Indonesia yang kental dengan adat budaya dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Pertumbuhan dunia digital mendorong masyarakat untuk menyesuaikan dengan keadaan di sekelilingnya. Berbagai kampung di wilayah kota Yogyakarta telah bertumbuhan komunitas masyarakat lokal yang melek teknologi dan *internet*. Kampung-kampung yang diberi label “Kampung *Cyber* – Kampung Digital – atau Pulang Kampung Digital” memulai proses *go online* dengan memasang koneksi *internet* di rumah-rumah warga. Orang menyadari bahwa kehidupan bermasyarakat di era digital juga tidak lepas dari pengaruh teknologi. Orang berusaha mengejar ketertinggalan itu dengan beradaptasi dan memanfaatkan *internet* untuk berkomunikasi dengan sesama warga, hingga mempromosikan *Kampoeng Cyber* ke masyarakat yang lebih luas. Kini orang dengan mudahnya menemukan lagu-lagu tradisional dengan *platform* musik digital layaknya di *youtube*, *spotify*, *JOOX*, dan lainnya. Dengan suasana kehidupan baru tersebut, kini masyarakat kota Yogyakarta apalagi para pelajarnya telah akrab dengan bagian dari kehidupan dunia digital. Perkembangan dunia digital masyarakat kota Yogyakarta

tersebut menggugah keinginan penulis untuk mengetahui apakah para siswa generasi-Z terdorong untuk mencapai prestasi tinggi dalam kehidupannya.

Salah satu sekolah di kota Yogyakarta yang menjadi tujuan bagi generasi-Z untuk meraih pendidikan pada jenjang pendidikan menengah adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 5 Yogyakarta. Sekolah ini dipilih sebagai tempat untuk melaksanakan penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan, berdasarkan pertimbangan berikut. Dalam pedoman penerimaan siswa baru, usia paling tinggi saat mendaftar di kelas 1 adalah 21 (dua puluh satu) tahun pada 1 Juli tahun berjalan yang dibuktikan dengan akta kelahiran. Sistem penerimaan siswa baru menggunakan lima jalur yang memberikan peluang kepada calon-calon dari berbagai kalangan di kota Yogyakarta maupun dari luar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi siswa di sekolah ini. Sejak 2009 sekolah ini mencapai peringkat akreditasi A, dengan peringkat itu dikategorikan sebagai sekolah negeri unggulan. Dalam penilaian masyarakat sekolah ini dikategorikan sebagai sekolah dalam lingkaran ke dua. Dengan pertimbangan tersebut maka pemilihan SMA Negeri 5 Yogyakarta sebagai tempat penelitian dinilai representatif mewakili sekolah papan atas dan sekolah papan bawah.

Berdasarkan uraian tentang fungsi positif dari variabel-variabel yang dikemukakan pada latar belakang, dapat dikemukakan bahwa para siswa generasi-Z banyak meluangkan waktu untuk menggunakan media sosialnya. Dari tulisan Widarini et al. (2021, pp. 39-40) diketahui jumlah pengguna aktif *internet* dan media sosial melalui ponselnya sekitar 56 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Adapun untuk usia remaja, Fitriansyah & Waliyanti, (2018, p. 37) melaporkan ada

sebanyak 30 Jutaan remaja di Indonesia mengakses *internet*, 80 persen remaja di kota Jakarta dan Yogyakarta ber-*internet* secara aktif, 70 persennya untuk bertemu teman secara *online* dengan media *instagram*.

Responden mengakses berbagai informasi termasuk seluk-beluk olahraga melalui *facebook*, *youtube*, *spotify*, *JOOX*, *Whatsapp* atau *platform* lainnya. Fakta tentang banyaknya waktu curah dalam bermedia sosial itu belum sepenuhnya diimbangi aksi nyata dalam meningkatkan kesadaran untuk mencapai prestasi optimal dalam bidang olahraga atau akademik, profesional atau rekreasi. Penelitian tentang motivasi berprestasi yang menjadi pendorong untuk mencapai prestasi bagi para atlet telah banyak dipublikasikan dalam berbagai jurnal, namun penelitian bagi siswa yang masih giat belajar pada pendidikan formal masih jarang dilakukan.

Kiranya dalam zaman yang mulai sarat dengan aktivitas digital menarik bagi seseorang untuk meneliti tentang hubungan antara *influencer* yang keberadaannya telah dikenal baik oleh para siswa generasi-Z, dan motivasi berprestasi sebagai variabel bebas di satu pihak dengan variabel kesadaran berolahraga di pihak lain. Penelitian ini melibatkan siswa-siswa generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta, berusia 11–21 tahun.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah penelitian sebagai berikut.

1. Ada banyak jenis *influencer* yang berkembang di Indonesai. Dari sudut pandang media sosial *influencer* dikelompokkan sebagai *blogger*, *youtuber*, *podcaster*, *selebgram*, akademisi termasuk guru atau *coach*, dan teman-

teman. Menurut konten yang diunggah, *influencer* dikelompokkan ke dalam *fashion influencer*, *parenting influencer*, *travel influencer*, *lifestyle influencer*, dan ada *health & sport influencer*. Pada penelitian ini, *influencer* dibatasi pada *influencer* yang di bidang kesehatan dan olahraga. *Influencer* dipandang sebagai orang yang mampu memengaruhi siswa generasi-Z dalam mengambil keputusan. Respons siswa terhadap *influencer* dalam pengambilan keputusan dinyatakan dengan memberikan alternatif persetujuan pada jawaban angket. Pilihan responden dianggap sebagai pilihan jujur sesuai dengan hati nuraninya.

2. Penelitian tentang motivasi berprestasi telah banyak dilaporkan dan dipublikasikan pada berbagai jurnal terakreditasi dalam dan luar negeri. Di bidang olahraga dan kesehatan juga banyak ditemukan artikel tentang motivasi berprestasi yang dimiliki oleh para atlet pemula maupun yang telah mencapai rekor nasional. Meskipun demikian, penelitian tentang motivasi berprestasi dalam bidang olahraga yang dimiliki oleh para siswa generasi-Z yang menghabiskan waktunya untuk bermedia sosial selama 2–4 jam sehari belum banyak ditemukan publikasinya pada jurnal-jurnal ilmiah terakreditasi.
3. Banyak publikasi hasil penelitian menyatakan masyarakat menyadari bahwa olahraga memberikan kontribusi pada kesehatan, keterampilan, ketangguhan bahkan martabat bagi dirinya. Aktivitas keseharian yang menyibukkan dan rasa malas pada seseorang dapat membuat olahraga menjadi terabaikan. Penelitian ini lebih menekankan pada lingkup kesadaran berolahraga dalam hubungannya dengan *influencer* dan motivasi berprestasi pada siswa

generasi-Z yang biasa mencurahkan waktu cukup banyak untuk mengakses tentang kegiatan-kegiatan olahraga, baik nasional maupun internasional, khususnya di SMA Negeri 5 Yogyakarta tahun ajaran 2022/2023.

C. Pembatasan Masalah

Agar masalah penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, perlu ada pembatasan sehingga ruang lingkupnya menjadi lebih jelas. Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah, penelitian ini dibatasi pada *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta tahun ajaran 2022/2023. Penelitian ini dibatasi pada hubungan antara variabel bebas, yaitu *influencer* dan motivasi berprestasi, dan variabel tidak bebasnya kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di sekolah tempat penelitian. Selain itu, juga ingin dianalisis hubungan secara bersama-sama variabel-variabel bebas dan variabel tidak bebas, serta ingin mengetahui besar sumbangan dari kedua variabel dalam membangkitkan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta tahun ajaran 2022/2023.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian dan pembatasan masalah, berikut ini dikemukakan rumusan masalah penelitian.

1. Adakah hubungan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta?
2. Adakah hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta?

3. Adakah hubungan secara bersama-sama *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Untuk mengungkap keeratan hubungan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
2. Untuk mengungkap keeratan hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
3. Untuk mengungkap keeratan hubungan secara bersama-sama *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam berbagai kepentingan bagi pihak-pihak yang membutuhkan, sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang berkaitan dengan keberadaan generasi-Z di tengah berkembangnya industri teknologi digital.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan kajian tahap awal mengenai karakteristik generasi-Z masa kini, khususnya di Yogyakarta.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi kemajuan dunia ilmu keolahragaan khususnya bagi kampus tempat menempuh dan menyelesaikan pendidikan jenjang Strata 1.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Pada bagian ini dikemukakan tentang kajian-kajian teori yang menjadi landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Teori-teori mendasar yang dikaji berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga. Pada kajian teori-teori tersebut dikemukakan tentang definisi tentang variabel-variabel penelitian yang menjadi batasan dan indikator-indikator yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian, khususnya dalam pengembangan instrument penelitian. Penelitian-penelitian yang relevan dirujuk juga dikemukakan untuk menguatkan hasil kajian teori, membangun kerangka pikir, dan merumuskan hipotesis penelitian.

1. Influencer

Istilah *influencer* telah dikenal oleh banyak anak remaja terutama yang sering menggunakan media sosial, seperti *handphone*, *laptop* yang terhubung dengan *internet* dan perangkat lainnya. Istilah yang telah dikenal oleh masyarakat tersebut sangat menarik untuk dikaji secara komprehensif. Oleh karena itu dalam subbab ini dibahas tentang pengertian *influencer* dan indikator-indikator *influencer*.

a. Pengertian Influencer

Influencer sebagai istilah mula-mula lebih sering digunakan dalam pemasaran suatu produk. Jauh sebelum istilah *influencer* dikenal secara luas, kaum muda memainkan peran sosial dengan menciptakan dan menafsirkan

gejala-gejala yang dihadapi. Berkembangnya teknologi digital di abad ke-21 ini menyebabkan para pelaku pemasaran melakukan perubahan revolusioner untuk mengampanyekan produk pemasaran melalui dunia digital. Keberadaan aneka media sosial di dalam masyarakat luas mendorong perusahaan-perusahaan untuk beriklan melalui media sosial. Perusahaan dapat mengiklankan produk atau bisnisnya melalui saluran resmi atau berkomunikasi secara langsung kepada pemilik *platform*. Selain itu, dalam beberapa tahun ini didapati gejala lain yang menjadi modus dalam beriklan melalui media sosial, tepat melalui orang-orang yang mampu memberikan pengaruh pada orang lain dengan media sosialnya.

Di era teknologi digital ini, media digital atau *internet* menjadi media sosial yang sangat berpotensi untuk memberdayakan masyarakat. Dalam pemberdayaan itu, media sosial dapat dijadikan sebagai wahana untuk mempromosikan aneka produk atau jasa (Trihayuningtyas et al., 2019, p. 2), satu di antaranya adalah produk dalam bidang olahraga. Sejalan hal itu, Kurniawan & Irwansyah (2022, p. 885) mengemukakan bahwa pemberdayaan *internet social media* sebagai alat komunikasi tidak terbatas untuk membantu berbagai macam sektor bisnis. Media ini tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, luas jangkauannya dalam penyebaran pemasaran produk sehingga mampu memberikan peluang besar kepada para pelaku aneka bisnis. Dunia olahraga tidak ingin ketinggalan memanfaatkan kemajuan teknologi pada bisnisnya.

Kehadiran *internet* yang telah merambah ke seluruh sendi kehidupan, dapat menjadi alat yang efektif untuk tujuan pemasaran dan periklanan. Pemanfaatan media sosial juga untuk mengekspresikan pengalaman pribadi menggunakan foto, video, atau komentar sebagai wahana berinteraksi dengan orang lain. Media sosial yang berfokus pada gambar (terutama *Flicker* dan *Instagram*) dianalisis sebagai sumber yang dapat diandalkan untuk melakukan studi pasar tentang konsumsi barang, jasa atau pariwisata (Latorre-Martínez et al., 2014, p. 1). Dengan model komunikasi ini, orang dapat menulis cerita atau berita menggunakan media milik sendiri, mengirimkan foto atau mengirim pesan langsung kepada orang-orang yang belum pernah dilihat atau dikenalnya. Model komunikasi ini, telah menjadi sarana hubungan antara atlet dan pelatih profesional serta para penggemar dan dianggap lebih memberi makna (Kiani et al., 2021, p. 1).

Kini sering dialami oleh pengguna media sosial, ketika seseorang sedang *on line* ber-*handphone*, membuka *facebook*, *youtube* atau lainnya, tiba-tiba di layarnya muncul *selebgram* atau orang yang mempromosikan aneka barang dan berusaha memengaruhi agar belanja barang tertentu. Toko-toko *online*, seperti *Tokopedia* dan *Shopee* juga telah aktif menggunakannya. Fenomena berpromosi yang dilakukan oleh para pelaku *e-commerce* tersebut memberikan makna bahwa pemilik akun pada media sosial yang mempunyai banyak pengikut diikat dengan kontrak kerja diberdayakan untuk memasarkan produk-produk pada bisnisnya.

Pemilik akun dengan ratusan ribu bahkan jutaan pengikut itu dikenal sebagai *selebgram* atau *influencer*. Para *influencer* yang berasal dari kalangan artis bintang film, *selebgram*, *blogger*, *youtuber*, *twitter* dinilai oleh sejumlah pelaku *e-commerce* berpengaruh kuat terhadap jutaan pengikutnya. Berkaitan dengan hal itu Gibbs & Haynes (2016, p. 1) dalam penelitiannya menggunakan pengalaman hidup para profesional media olahraga untuk mengidentifikasi tiga kelompok yang membantu menjelaskan peran *twitter* yang mampu mengubah sifat hubungan media olahraga: *lanskap media*, fungsi pekerjaan "mekanis", dan hubungan media olahraga. Hasil penelitiannya sangat membantu menjelaskan tentang praktik dan norma yang terkait dengan peran hubungan media olahraga sebagai akibat dari *twitter*. Penelitian Gibbs & Haynes (2016, p. 1) tersebut menyajikan argumen baru, bahwa *twitter* telah meratakan hierarki olahraga dan dapat dianggap sebagai *platform* media sosial paling berpengaruh dalam olahraga saat ini.

Sehubungan dengan perluasan strategi oleh pelaku *e-commerce*, berikut ini dikemukakan beberapa pengertian *influencer*. Hariyanti & Wirapraja (2018, p.137) memberikan pengertian *influencer* sebagai orang atau figur di media sosial dengan sejumlah besar pengikut, dan mampu memengaruhi pengikutnya untuk mengikuti pesan-pesan yang disampaikannya. Nasution (2021, p. 13) mengemukakan bahwa *influencer* merupakan figur yang berperan sebagai pemberi pengaruh melalui pandangan, pendapat, atau nasihat-nasihat yang mampu memengaruhi keputusan pengikutnya dalam transaksi pembelian. Selain itu, Handika et al.

(2018, p. 196) menyatakan bahwa *influencer* adalah individu atau sebuah kelompok yang berpengaruh terhadap orang lain, seperti artis-artis yang saat ini dijadikan acuan bagi kalangan masyarakat terutama anak muda yang akrab dengan sosial media.

Grenny et al. (2014, p. 6) memberikan istilah bahwa kemampuan membuat perubahan dalam perilaku manusia disebut sebagai pengaruh, adapun orang yang melakukannya disebut pemberi pengaruh atau *influencer*. Hayes (2008, p. 50) memberikan batasan *influencer* sebagai pihak ketiga yang secara signifikan membentuk keputusan pembelian pelanggan, tetapi mungkin pernah bertanggung jawab untuk itu. *Influencer* adalah seorang yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi orang lain karena kapasitas yang dimilikinya. Kapasitas yang dimaksud dapat berupa otoritas, pengetahuan, posisi, atau hubungan dengan audien. Dalam lingkup *marketing*, *influencer* diartikan sebagai pihak yang mampu memengaruhi keputusan pembelian target audien. Lebih jauh, *influencer* juga diharapkan dapat memengaruhi persepsi dan preferensi masyarakat pada umumnya terhadap suatu *brand*. *Influencer* juga dapat diartikan sebagai seorang yang dapat mengubah cara berpikir atau bertindak orang lain.

Para *influencer* membantu membangkitkan kesadaran dan memengaruhi pengambilan keputusan para calon konsumen sesuai dengan kebutuhan, keahlian dari membaca *blog*, atau berbicara di forum diskusi, menghadiri presentasi di berbagai acara dalam memengaruhi calon konsumen yang di-*endorse*-nya untuk mengambil keputusan (Lengkawati, 2021, p. 34).

Influencer disenangi dan memperoleh kepercayaan dari *followers* atau *audience*, sampai terjadi segala sesuatu yang dikenakan, dikemukakan atau diperbuat, menjadi sumber inspirasi bagi *followers*-nya, sehingga mengambil keputusan untuk mencoba-coba dan menyatakan untuk memiliki produk yang dikenakan atau ditawarkannya.

Masyarakat umum sering *men-support* memberikan dukungan sebagai penggemar dan sering mengidentifikasi diri dalam aspek-aspek tertentu (Kahle & Riley, 2004, p. 1). Atlet tidak seperti selebritas lainnya, tidak hanya bergantung pada representasi media, tetapi juga pada prestasi olahraganya (Stevens et al., 2003, p. 1). Atlet yang layak dikagumi khususnya berkat keterampilan atlet dan kesuksesan yang dicapai (Dugalić & Lazarević, 2016, p. 1). Selebritas yang terkenal sering diliput oleh media massa dan disajikan, disiarkan untuk konsumsi publik luas.

Sekarang, generasi baru yang banyak berkomunikasi dengan *influencer* telah hadir dan dikenal oleh umum. Anggota generasi-Z — disematkan kepada generasi baru yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010 — adalah anggota asli di zaman digital sejati: sejak awal masa muda, generasi-Z telah terpapar *internet*, jejaring sosial, dan sistem seluler (Francis & Hoefel, 2018, p. 2). Kaum muda generasi ini telah memberikan pengaruh kuat pada orang-orang dari kelompok segala usia dan pendapatan, serta pada cara orang-orang itu mengonsumsi dan berhubungan dengan aneka produk dan merek. Orang memobilisasi diri untuk berbagai penyebab, sangat percaya diri

pada kekuatan dialog untuk membuat keputusan dan berhubungan dengan institusi dengan dasar analitis atau pragmatis.

Perilaku yang dilakukan oleh kaum muda seperti itu memengaruhi cara generasi-Z dalam konsumsi dan menghargai suatu merek. Perusahaan harus menyelaraskan diri dengan tiga implikasi untuk generasi ini: konsumsi sebagai akses pada kepemilikan, konsumsi sebagai ekspresi identitas individu, dan konsumsi sebagai masalah yang menjadi perhatian etis. Dengan kemajuan teknologi, generasi ini mampu mengubah perilaku konsumen dengan memotong berbagai aktivitas sosial ekonomi, sehingga dunia bisnis harus memikirkan ulang dalam memberikan nilai kepada konsumen, menyeimbangkan skala dan produksi, dan meninjau ulang etika praktik pemasaran.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pada studi ini yang dimaksud *influencer* adalah seseorang yang mampu memberikan pengaruh kepada orang lain baik secara langsung maupun melalui media yang didasarkan pada kapasitasnya, baik berupa otoritas, pengetahuan, posisi, atau hubungan sehingga *audience* atau pengikutnya terdorong untuk mengambil keputusan. Seseorang yang berprofesi sebagai *influencer* bisa berasal dari orang-orang yang berlatar belakang dengan berbagai profesi, seperti *blogger*, *youtuber*, *public figure*, kalangan selebritas, atlet, seniman, akademisi, guru, atau teman-teman atau individu yang dianggap penting bagi suatu komunitas. *Influencer* disukai dan dipercaya oleh para pengikut dan *audience*-nya sehingga pesan-pesan yang disampaikan atau

aktivitas yang dilakukan, barang-barang yang dipakai, aksesoris yang dipakai oleh *influencer*, dapat menjadi inspirasi dan memengaruhi para *followers*-nya.

b. Jenis-Jenis *Influencer*

Menurut Brown & Fiorella (2013, p. 210), *influencer* dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan penggolongannya. Jenis-jenis penggolongan *influencer* di antaranya berdasarkan jumlah pengikutnya, atau media sosial yang digunakan. Penjelasan lebih lanjut dikemukakan seperti diuraikan berikut ini.

1) Jenis *Influencer* berdasarkan Jumlah Followers

a) *Influencer* Mikro

Influencer mikro adalah seseorang yang memiliki jumlah *followers* sekitar sepuluh ribu orang, atau bahkan di bawah itu. *Influencer* mikro efektif digunakan untuk promosi produk. Kekuatan *influencer* mikro adalah keterikatan (*engagement*) dengan *followers*-nya. Dengan memahami *followers*-nya, seorang *influencer* mikro mampu membuat konten yang lebih relevan dengan *followers*-nya.

b) *Influencer* Makro

Influencer makro adalah *influencer* yang memiliki lebih dari seratus ribu *followers*. Biasanya, *influencer* makro adalah seorang yang dikenal luas, walaupun belum seterkenal kalangan selebritas. Dengan jumlah *followers*-nya, *influencer* makro berpotensi untuk mempromosikan produk ke lebih banyak orang. Selain itu, dengan

menggunakan *influencer* makro orang bisa membuat produk atau *brand* akan terlihat eksklusif.

c) *Influencer Premium*

Influencer premium adalah top *influencer* dengan jumlah *followers* paling banyak. *Influencer premium* adalah *influencer* yang memiliki jutaan *followers*.

2) Jenis *Influencer* berdasarkan Media yang Digunakan

a) *Selebgram*

Selebritas *instagram* atau *selebgram* adalah *public figure* yang menggunakan media sosial *instagram* sebagai media promosi produk. *Selebgram* akan memanfaatkan kepopulerannya untuk melakukan promosi atas kerjasama dengan *brand* dari suatu perusahaan.

b) *YouTuber*

YouTuber adalah orang yang mengunggah video ke *YouTube* tentang suatu informasi, termasuk informasi produk. Peran *YouTuber* cukup signifikan, karena lebih dari sembilan puluh persen pengguna *internet* mengenal produk baru melalui *YouTube*. Bekerja sama dengan *YouTuber* yang memiliki pengikut yang banyak, tentu akan berpotensi menarik perhatian masyarakat pada produk.

c) *Blogger*

Blogger adalah seorang yang memiliki dan mengelola sebuah *blog*. Tidak sedikit *blog* yang digunakan untuk melakukan *review*, tentang suatu produk dengan berbagai fokus *review*-nya. Ketika

blogger merekomendasi suatu produk, pengikutnya atau pembaca akan tertarik untuk mencoba produk tersebut.

c. Indikator *Influencer*

Sebagaimana telah dikaji sebelumnya bahwa strategi pemasaran yang kini digunakan pada umumnya telah memberdayakan *influencer* berperan sebagai media promosi. *Influencer* adalah orang-orang yang mendapat kepercayaan yang diterima dan dinantikan kehadirannya bahkan diidolakan kalangan masyarakat tertentu. Aksesoris yang dikenakan atau aktivitas yang dikerjakan menjadi panutan banyak orang. *Influencer* mampu mengubah pandangan terhadap suatu merek produk menjadi yang lebih mengesankan dengan biaya lebih rendah jika disandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk *brand endorser* oleh artis atau orang terkenal dari kalangan artis.

Memilih *influencer* biasanya didasarkan pada kompetensi, keahlian, ketenaran, atau reputasi yang bersangkutan (Hariyanti & Wirapraja, 2018, p. 143). Kepribadian generasi-Z yang telah biasa menggunakan *internet*, dalam berkomunikasi cenderung lebih suka menggunakan pendekatan *online* yang dibuat oleh perseorangan. *Audiens* atau pengikut memanfaatkan media sosial dengan tujuan menemukan informasi atau memutuskan dalam memilih aktivitas olahraga, membeli suatu produk atas dasar hasil *review* atau kesaksian oleh orang yang telah menekuni, membeli atau mengenakan produk yang direkomendasi (Hanindharputri & Putra, 2019, p. 338). Oleh sebab itu memberdayakan *influencer* untuk mempromosikan produk dinilai lebih efektif karena tiap-tiap *influencer* menggunakan pendekatan dan caranya

sendiri dalam mempromosikan suatu produk. Harapannya mampu menguatkan tingkat kepercayaan para pengikutnya dan mengangkat kesadaran terhadap *brand* yang dipromosikan. Rasa ketertarikan yang dibangun *influencer* didasarkan pada kepercayaan, keterampilan komunikasi, dan atensi masyarakat kepada *influencer* dicermati dari banyak pengikut di media sosial. Dengan demikian *influencer* memiliki banyak *followers* atau dikenal khalayak ramai, memiliki pola pikir yang luas dan kreatif, mengetahui *trend* yang sedang digemari banyak orang, dan memiliki kemampuan mempengaruhi konsumen.

Menurut Sugiharto & Ramadhana (2018, p. 4), kredibilitas *influencer* tercermin dari pembahasan-pembahasan atas tiga komponen yang melekat pada diri yang bersangkutan, yaitu kepercayaan, keahlian, dan daya tarik.

- 1) Kepercayaan cenderung pada kemampuan sumber yang terlihat memiliki kejujuran, integritas, dan dapat dipercaya. Kepercayaan pada *Influencer* dapat memengaruhi pengikutnya meskipun berkemampuan yang biasa.
- 2) Keahlian cenderung diamati dari pengetahuan, pengalaman, atau keahlian *influencer* dalam kaitan *merk* dagang yang diiklankan.
- 3) Daya tarik mengarah pada kekuatan untuk membuat diri *influencer* sebagai pribadi yang memiliki daya tarik fisik bagi orang lain, khusus para pengikut. Kepribadian *influencer* harus menyesuaikan dengan produk yang ditawarkan. Ketertarikan *audience* terhadap kepribadian

influencer, mudahkan jalan baginya untuk mengarahkannya sampai pada tahap eksekusi.

Indikator lainnya dikemukakan oleh Sartika (2018, pp. 38-39), dan Kertamukti (2015, p. 70) bahwa ada empat unsur yang harus dimiliki seseorang yang dikenal masyarakat luas sebagai tokoh apabila ingin berperan sebagai *influencer*. Keempat unsur itu menjadi faktor penting bagi *influencer marketing* untuk menarik konsumen mengambil keputusan dengan memburu produk, mengikuti aktivitas, atau perilaku, sebagai respons atas pesan yang disampaikan. Unsur-unsur yang dimaksud adalah *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*.

Penjelasan unsur-unsur *influencer* oleh Kertamukti (2015, p. 70) dikemukakan seperti berikut.

1) *Visibility*

Visibilitas dimensinya adalah popularitas seorang selebritas. Jika dikaitkan dengan popularitas, visibilitas ini berguna apabila tujuan berkomunikasi adalah kesadaran terhadap *brand*. Dalam hal ini selebritas merupakan tokoh (seniman, pemain peran, aktor, penghibur, atau atlet terkenal), para bintang terkenal dengan berbagai pencapaian prestasinya sesuai bidang keahlian, dan sering dimuat media massa.

2) *Credibility*

Kredibilitas ini banyak dihubungkan dengan keahlian dalam mengathui seluk beluk program dan produk ditawarkannya. Kredibilitas juga sering dikaitkan dengan objektivitas sebagai kemampuan *influencer*

untuk meyakinkan dan menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen. Kredibilitas dalam hal ini bersesuaian dengan tujuan dalam komunikasi yang dibangun untuk mengarahkan pengikutnya mempunyai kecenderungan kepada *brand*.

3) *Attraction*

Daya tarik menyangkut tingkat disukai (*likeability*) dan tingkat kesamaan dengan personalitas yang diinginkan pengguna produk (*similarity*) yang harus perlu didekatkan. Salah satu upaya untuk menyamakan dengan personalitas calon target, setidaknya *influencer* harus mencerminkan *personality* dari *brand* yang akan dibangun. *Image* seorang *influencer* harus sama dengan *image* produk atau program yang didukungnya.

4) *Power*

Power adalah kemampuan *influencer* dalam menarik konsumen untuk mengambil keputusan yang memihak. Unsur terakhir ini menegaskan bahwa *influencer* yang dipilih harus memiliki kekuatan membujuk target *audience* segera memutuskan pilihannya.

Untuk menjadi *influencer* yang baik, menurut Grenny et al. (2013, p. 14) seseorang harus memiliki tiga kunci utama agar dapat memengaruhi orang lain, yaitu berfokus dan terukur, menemukan perilaku vital, dan menyatukan enam sumber pengaruh. Ketiga kunci utama itu sebagai berikut.

1) Berfokus dan Terukur

Para *influencer* hendaknya memiliki gambaran yang jelas atas hal-hal yang ingin diraih dan cermat dalam mengukurnya. Ia menyadari bahwa tujuan yang tidak jelas kurang menguntungkan bagi yang diberi pengaruh.

2) Menemukan Perilaku Vital

Seseorang yang berusaha menjadi orang yang memiliki pengaruh, biasanya berfokus pada perilaku berpengaruh tinggi yang bisa memberikan hasil.

3) Menyatukan Enam Sumber Pengaruh

Pada tahap ini, para *influencer* bersitegas melakukan perubahan, dengan mengidentifikasi beragam faktor yang membentuk perilaku yang diinginkan, kemudian segera menangani faktor-faktor tersebut.

Setidaknya ada enam sumber pengaruh dalam berperilaku untuk menciptakan perubahan besar (Grenny et al., 2013, p. 14).

1) Motivasi pribadi. Sering kali seseorang mengalami kesulitan dalam bertindak untuk kepentingan jangka panjang karena tindakan jangka pendek yang sedang dinikmati jauh lebih menarik dan menyenangkan dibanding harus melakukan pengorbanan untuk masa depan yang belum nyata jelas.

2) Kemampuan pribadi. Untuk mengubah perilaku harus selalu mempelajari suatu keahlian baru. Untuk berhasil memberikan pengaruh, luangkan lebih banyak waktu untuk mengajak orang lain menerapkan perilaku baru.

- 3) Motivasi sosial. Seseorang yang berkedudukan terhormat dapat memberikan dorongan dengan sejumlah pengaruh dalam upaya perubahan. Ketika perilaku vital sulit dipraktikkan, seorang *influencer* tidak sekedar bicara saja, tetapi seorang *influencer* harus menunjukkan kesediaan mengorbankan nilai-nilai yang telah usang demi nilai-nilai baru yang lebih relevan. Perilaku vital ini meliputi kebutuhan dasar seperti makan, minum, dan aktivitas fisik, termasuk menjaga kesehatan, berinteraksi sosial, mengelola stres, dan mencari dukungan.
- 4) Kemampuan sosial. Rintangan terbesar yang menjadi musuh utama keluarga, perusahaan, dan masyarakat di kehidupan dunia yang saling bergantung dewasa ini adalah ketidakmampuan untuk bekerja bersama.
- 5) Motivasi struktural. Memberikan penghargaan atau hukuman bisa menjadi urusan yang menyulitkan. Oleh karena itu, jika motivator ekstrinsik diterapkan untuk mendukung atau menjatuhkan perilaku, perlu memerhatikan sejumlah kecil prinsip yang dapat membantu.
- 6) Kemampuan struktural. Ketika berbagai strategi berbasis lingkungan secara rutin digunakan oleh para ahli sebagai sarana untuk mendorong perubahan, diperlukan kekuatan dari keakraban atau aliran data yang relevan atau faktor fisik lainnya sebagai alat pendukung dalam usaha mendorong perubahan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Berdasarkan pendapat-pendapat tentang indikator *influencer* di atas, pada penelitian ini ditetapkan indikator seseorang dicirikan sebagai *influencer*, jika seseorang tersebut memiliki unsur-unsur sebagai berikut: (1)

kredibilitas penampilan keahlian dan objektivitas untuk meyakinkan target, (2) daya tarik *influencer* dan kesamaan selera/personalitas, (3) kekuatan menarik konsumen mengambil keputusan yang memihak, (4) berfokus dan terukur, (5) berusaha dengan menemukan perilaku vital pada target, (6) dorongan kemampuan pribadi yang kuat, (7) kemampuan sosial dan kemampuan struktural, dan (8) memengaruhi pengikutnya hingga pada level perilaku.

2. Motivasi Berprestasi

Pada subbagian ini dideskripsikan tentang pengertian motivasi, motivasi berprestasi, fungsi, faktor yang berpengaruh, dan indikator-indikator motivasi berprestasi.

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berperan penting dalam pelaksanaan pembelajaran atau pelatihan untuk memperoleh prestasi bidang afektif, kognitif atau psikomotor dengan lebih baik, (Singh, 2011, p. 36). Dengan keberadaan motivasi ini dalam diri peserta didik, akan menumbuhkan energi bagi dirinya untuk bertindak-bergerak, dan berusaha untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Asmawiah & Mukhtar (2020, p. 391) mendefinisikan motivasi sebagai kebutuhan seseorang untuk menghasilkan kinerja dan kemampuan untuk menerapkannya. Motivasi adalah skema yang diterapkan untuk menginspirasi, meningkatkan stamina, dan kemampuan kerja dengan menenangkan jiwa karyawan atau pekerja untuk melakukan pekerjaan dalam suatu organisasi. Di dunia bisnis, dikemukakannya bahwa faktor penting yang

menyumbang kesuksesan organisasi dalam jangka panjang adalah motivasi dan kepuasan kerja pada kinerja karyawan. Pada hasil penelitian Asmawiah & Mukhtar (2020, p. 391), diketahui adanya hubungan positif yang kuat antara motivasi, kepuasan kerja dan efektivitas organisasi. Studi tersebut meneliti tentang nilai dan dampak motivasi dan kepuasan kerja pada kinerja karyawan. Sampel dari 460 karyawan dari sektor publik dan swasta disurvei dan analisis empiris menunjukkan bahwa motivasi dan kepuasan kerja secara langsung berdampak pada kinerja seseorang.

Dalam jurnal *Obsesi*, pengertian tentang motivasi dikemukakan oleh beberapa ahli atau peneliti, antara lain Slavin et al., dan Purwanto. Oleh Slavin et al., (Ardiyana et al., 2019, pp. 496-498) motivasi dipandang sebagai proses internal untuk membuat aktif, menuntun, dan menjaga perilaku sepanjang waktu. Proses internal tersebut tumbuh di dalam diri seseorang, tumbuh dalam jiwanya kemudian mendorong proses berpikir yang bersangkutan dan menggerakkan raganya untuk beraktivitas. Orang bermotivasi biasanya mempunyai kemampuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, walaupun untuk mencapai tujuan tersebut sering menghadapi berbagai rintangan. Dengan dorongan yang kuat dari dalam dirinya, dia akan mencapai prestasi dan berkinerja yang lebih baik. Banyak ahli yang membuat kesimpulan bahwa motivasi berkaitan erat dengan perilaku. Lebih daripada itu, dalam teori membelajarkan konsep perilaku motivasi erat kaitannya dengan prinsip bahwa perilaku telah kuat di masa lalu lebih mudah dibangun kembali daripada perilaku yang belum dilakukan penguatan.

Hamdu & Agustina (2011, p. 91) mengemukakan bahwa motivasi merupakan salah satu unsur yang berpengaruh atas kesuksesan yang dicapai siswa dalam aktivitas latihan atau pembelajaran. Motivasi itu menyebabkan seorang siswa akan maju ke depan, mendorongnya tetap maju, dan menentukan ke arah mana melangkah. Tanpa mempunyai dorongan atau motivasi, para siswa akan kesulitan mencapai kesuksesan yang menjadi targetnya. Sejalan dengan ungkapan tersebut, Purwanto (Ardiyana et al., 2019: 496-498) menyatakan bahwa motivasi merupakan suatu usaha yang disadari oleh yang bersangkutan untuk menggerakkan, mengarahkan, dan menjaga tingkah laku seseorang agar terdorong untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan pada paragraf sebelumnya dapat diambil benang merahnya bahwa motivasi diperlukan seseorang sebagai salah satu faktor yang berpengaruh bagi dirinya untuk meraih kesuksesan dalam berbagai aktivitas yang dilakukannya. Sulit bagi seseorang untuk mencapai prestasi yang gemilang, atau memperlihatkan kinerja yang optimal jika yang bersangkutan tidak tergugah, terdorong, atau termotivasi, baik karena keinginan yang tumbuh dari dirinya maupun karena adanya dorongan dari luar dirinya (Mulya & Lengkana, 2020, p. 84).

Dengan memperhatikan pengertian-pengertian tentang motivasi yang telah dikemukakan di atas, pada penelitian ini diambil pengertian tentang motivasi sebagai sebuah daya penggerak yang bersifat psikis pada diri seseorang sehingga ia menyadari untuk melakukan suatu kegiatan, seperti

belajar – berlatih – bekerja secara optimal. Motivasi itu memberikan arah dan menyebabkannya terdorong melangkah secara intensif, dan berjuang sehingga sampai kepada tujuan yang menjadi targetnya.

b. Pengertian Motivasi Berprestasi

Sebagaimana dikemukakan pada sub-bab sebelumnya, bahwa motivasi merupakan daya dorong psikis dalam diri siswa yang berpengaruh pada kebutuhan dan keinginan terhadap intensitas dan arah perilaku. Motivasi merupakan kondisi psikologis dan sikap mental orang yang memotivasi, mendorong beraktivitas atau bergerak dan memberi arah perilaku mencapai kebutuhan yang memuaskan. Motivasi merupakan keinginan seseorang untuk bertindak. Dalam suatu proses pembelajaran, baik teoretik maupun praktik, motivasi berperan penting dalam melibatkan peserta didik melakukan kegiatan akademik dan non-akademik serta menentukan seberapa banyak peserta didik belajar dari aktivitas yang dilakukan atau informasi yang dapat dipahami.

Motivasi untuk mencapai prestasi secara optimal sangat penting dalam proses pembelajaran, berlatih, maupun bekerja. Seseorang yang berusaha mencapai keberhasilan dalam suatu kompetisi sehingga dapat memasuki standar keunggulan ketika yang bersangkutan berinteraksi dengan orang lain, tergolong sebagai orang yang diliputi oleh kebutuhan berprestasi. Kebutuhan untuk berprestasi itu juga dikenal dengan *need of achievement* disingkat *n-ach*. McClelland & Winter (Awan et al., 2011, p. 72) menyatakan bahwa kebutuhan berprestasi merupakan salah satu motif psikologis yang

berperan penting dalam keberhasilan dan pencapaian seseorang. Dengan kata lain, motivasi berprestasi merupakan karakteristik psikologis yang berperan penting dalam keberhasilan dan kesuksesan seseorang. Motivasi berprestasi didefinisikan sebagai perilaku individu yang berbeda kebutuhan dalam usaha mencapai penghargaan, seperti kepuasan fisik, pujian dari orang lain dan perasaan penguasaan pribadi. Orang yang memiliki motif berprestasi tinggi akan bertindak dengan cara yang akan membantu mengungguli orang lain, memenuhi atau melampaui beberapa standar keunggulan, atau melakukan sesuatu yang unik. Tiap-tiap siswa terpengaruh oleh kebutuhan agar mencapai tingkat yang lebih baik dari siswa lain. Para siswa yang berkeinginan mencapai kesuksesan, akan berusaha dan bekerja keras untuk mencapainya.

Dalam konteks olahraga, motivasi berprestasi ini penting dalam proses latihan. Para pemain harus mempunyai motivasi tersebut untuk memastikan partisipasinya dalam proses latihan dengan baik. Untuk selalu menggugah motivasi ini, para pelatih juga harus selalu kreatif menciptakan metode latihan yang selalu memberikan sesuatu yang baru kepada para pemain. Jika pelatih gagal memberikan sesuatu yang baru, mungkin motivasi yang sudah dimiliki oleh para pemain akan luntur perlahan-lahan (Komarudin, 2015, p. 7). Latihan sering didefinisikan sebagai aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan atlet yang dilakukan dengan metode dan teknik tertentu. Berlatih bertujuan untuk mengenalkan teknik baru atau meningkatkan kualitas teknik yang sudah pernah dipelajari sebelumnya. Istilah Latihan dalam kehidupan sehari-hari juga dikenal tidak

semata-mata dilakukan oleh para atlet, tetapi istilah latihan sebenarnya juga merujuk pada semua aktivitas fisik, seperti *jogging*, jalan, atau bersepeda santai.

Elliot & Church (Schunk, 2012, p. 491) mengemukakan bahwa *achievement motivation* adalah dorongan yang difokuskan pada upaya untuk menjadi lebih berkompeten dalam aktivitas yang penuh perjuangan. McClelland (Djaali, 2013, p. 103) menyatakan motivasi berprestasi adalah dorongan pada diri seseorang yang ada hubungannya dengan upaya pencapaian standar-standar kompetensi atau keahlian dalam bidang psikomotor. Secara khusus Djaali (2013, p. 107) menjelaskan motivasi berprestasi dipahami sebagai dorongan yang ada pada seseorang sehingga mempunyai semangat menyelesaikan tugas dengan baik untuk mencapai standar keunggulan. Motivasi ini bukan hanya memberi dorongan beraktivitas, tetapi berorientasi kepada pedoman penilaian keberhasilan penyelesaian tugas orang.

Dengan memperhatikan beberapa definisi para ahli, dapat dikemukakan bahwa motivasi berprestasi merupakan daya penggerak pada seseorang (siswa, atlet) baik yang timbul dari dalam diri atau dorongan dari luar dirinya, sehingga ia menyadari untuk melakukan kegiatan belajar – berlatih – bekerja secara optimal yang diorientasikan pada semangat agar dapat mencapai prestasi yang telah ditentukan dengan predikat baik atau unggul.

c. Fungsi Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi sangat penting bagi seseorang dalam upaya memperjuangkan tujuan yang diinginkan. Motivasi ini menjadikan dorongan dan keinginan seseorang agar berhasil mencapai kesuksesan dengan standar pembandingnya adalah pesaingnya atau prestasi yang telah dicapai oleh dirinya sendiri di waktu yang lampau. Pernyataan yang sesuai dengan pemikiran Sukmadinata yang dikutip oleh Siregar (2017, pp. 41-42) menyatakan bahwa motivasi berprestasi sebagai alat untuk berkompetisi baik dengan dirinya atau dengan orang lain dalam mencapai prestasi yang tertinggi. Ia berfungsi untuk mengaktifkan dan meningkatkan kegiatan, sehingga suatu kegiatan yang dilandasi dengan motif berprestasi yang lemah akan dilakukan tidak terarah dan kemungkinan tidak memperoleh hasil diinginkannya. Sebaliknya kegiatan yang bermotif kuat akan dilakukan terarah dan besar kemungkinan akan memperoleh hasil yang besar. Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi yang kuat akan berusaha menjadi yang terbaik dan meningkatkan atau memperbaiki kemampuan menyelesaikan tugasnya.

Berdasarkan tulisan Schunk, Pintrich, & Meece; dan Wigfield & Eccles, Purwanto (2014, pp. 219-220) membuat intisari tentang indikator motivasi berprestasi, dalam bidang akademik, mencakup: (a) memilih terlibat tugas akademik daripada beraktivitas lain. Contoh tingkah lakunya adalah lebih memilih tugas yang mendukung prestasi seperti penyelesaian tugas sekolah atau berlatih dengan tujuan yang jelas dibandingkan menyaksikan

siaran televisi, menghubungi teman lewat telepon, mengajak *game online*, atau kegiatan lain sekedar menghabiskan waktu; (b) ulet menyelesaikan tugas prestasi, terutama ketika mendapat hambatan karena sulit, bosan, atau lelah; dan (c) mengerahkan potensi fisik maupun kognitif dengan mengimplementasikan strategi kognitif atau metakognitif. Perilaku ini tercermin dari aktivitas pengajuan pertanyaan kritis, berdiskusi tentang bahan ajar atau mendemonstrasikan teknik baru bersama teman di kelas, teman sanggar atau lainnya, menggunakan waktu secara efektif dalam menyongsung.

Menurut Ford (Sardiman, 2014, p. 84) motivasi memuat tiga fungsi yaitu: (a) memberi dorongan kepada orang untuk terus beraktivitas, bergerak sambil melepas energi untuk menjaga aktivitas; (b) menetapkan arah tindakan untuk mengapai tujuan; dan (c) menetapkan penyelesaian suatu tindakan, yaitu tindakan yang harus dilakukan secara harmonis untuk mencapai suatu tujuan dan menolak perilaku yang tidak berfaedah untuk tujuan tersebut. Dimiyati & Mudjiono (2009, p. 85) menyebutkan fungsi motivasi secara lebih rinci meliputi: (a) menyadari akan kedudukan proses dan hasil akhir pada awal pembelajaran; (b) mengomunikasikan kekuatan upaya belajar dibandingkan dengan teman sebayanya; (c) mengelola proses pembelajaran; (d) mendorong semangat belajar; dan (e) menyadarkan tentang adanya pembelajaran yang terus berkesinambungan.

d. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Motivasi Berprestasi

Persoalan rendahnya produktivitas seseorang oleh Levin & Nolan, (2010, p. 25) dinyatakan bahwa, *“Motivation problems can occur because of student low levels of self-confidence, low expectations for success, lack of interest in academics, lost feelings of autonomy, achievement anxieties, or fears of success or failure.”* Ada dua hal yang cukup berpengaruh pada keberhasilan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Dua komponen tersebut oleh McClelland, Atkinson, Clark, & Lowell (Saito, 2002, p. 30) dikemukakan dengan *“Two components of achievement motivation: fear of failure, which was considered to be dysfunctional, and hope for success, which was thought to be more adaptive.”* Artinya, dua komponen motivasi berprestasi yaitu takut gagal, yang dianggap sebagai disfungsional dan harapan sukses yang dianggap lebih adaptif.

Menurut Maentingsih (2008, p. 1) pada masa remaja, anak-anak memiliki beberapa kebutuhan, di antaranya: kebutuhan kasih sayang dan kebutuhan untuk berprestasi. Dimensi karakteristik untuk kebutuhan kasih sayang berupa kehangatan dalam menjalin hubungan dengan sesama, tidak bergantung, tidak menghindari orang lain, dekat kepada orang yang disayang, berempati, memberi kepercayaan pada orang yang disayang, dan merasa nyaman bersama dengan orang yang disayangi. Di sisi lain, dimensi motivasi berprestasi memiliki karakter tanggung jawab, mempertimbangkan risiko dalam memilih tugas, memperhatikan umpan balik, kreatif dan inovatif, dan berkeinginan sebagai yang terbaik.

Pada kesempatan lain McClelland (Rahmadani et al., 2020, p. 70) mengemukakan ada enam karakteristik orang yang mempunyai motivasi tinggi, yaitu: (a) memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi, (b) berani mengambil dan memikul risiko, (c) memiliki tujuan yang realistis, (d) memiliki rencana kerja dan berjuang untuk merealisasikan tujuan, (e) memanfaatkan umpan balik pada semua kegiatan, dan (f) berusaha merealisasikan rencana program.

e. Indikator Peserta Didik yang Memiliki Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi tinggi yang dimiliki peserta didik dapat dilihat dari sikap yang muncul di lingkungan sekolah maupun rumah. Sardiman (2014, p. 83) menyatakan ciri-ciri peserta didik yang memiliki motivasi berprestasi yakni: (a) tekun menyelesaikan tugas, (b) ulet mengatasi kesulitan, (c) selalu memperlihatkan minat pada berbagai masalah, (d) menyenangi bekerja secara mandiri, (e) bosan menghadapi tugas rutin, (f) mampu mempertahankan pendapat, (g) teguh pada yang diyakini, dan (h) senang mencari pemecahan masalah atau soal-soal.

McClelland (Kamila, 2020, p. 3) menyebutkan ada empat aspek pada seseorang yang memiliki motivasi berprestasi, yaitu: (a) memiliki rasa tanggung jawab yang besar dalam menyelesaikan tugas, sehingga akan berusaha mengerjakannya sampai memperoleh hasil yang maksimal. Orang yang memiliki tanggung jawab yang tinggi, akan segera menyelesaikan tugasnya secepat mungkin yang dapat dilakukan. Orang yang memiliki rasa tanggung jawab sedang, ketika mendapat tugas akan dikerjakan secara tidak

terburu-buru tetapi melewati batas waktu yang ditentukan. Adapun orang yang memiliki tanggung jawab rendah biasanya menunggu bantuan orang lain dalam mengerjakan tugas; (b) aspek kedua adalah kreatif. Orang dengan motivasi berprestasi tinggi akan berusaha mencari cara-cara baru dengan bertindak kreatif dan inovatif untuk menyelesaikan tugas; (c) target menjadi aspek ketiga bagi orang dengan motivasi berprestasi tinggi, untuk menetapkan target pencapaian; dan (d) masing-masing memiliki tujuan yang berbeda, dan dalam mencapai tujuan juga akan menggunakan caranya masing-masing. Orang yang mempunyai semangat tinggi akan segera berusaha menuntaskan tujuan yang ingin dicapainya, begitupun sebaliknya.

Dari tulisan Kamila (2020, p. 3) yang mendasarkan pada pendapat McClelland dapat dikemukakan bahwa orang yang menunjukkan motivasi berprestasi tinggi memperlihatkan hal-hal sebagai berikut.

- 1) menyukai kondisi-kondisi yang saat harus bertanggung jawab secara pribadi untuk menemukan solusi atas masalah.
- 2) Kebanyakan orang yang berhasil memiliki kecenderungan untuk menetapkan sasaran pencapaian yang moderat dan mengambil "risiko yang diperhitungkan".
- 3) Orang-orang yang berhasil menginginkan umpan balik konkret tentang seberapa baik hal yang telah dilakukan.

Menurut Muskanan (2015, p. 109) ada sembilan (aspek) indikator untuk menilai seseorang memiliki motivasi berprestasi atlet, yaitu: (a) mampu berkonsentrasi saat latihan atau belajar, (b) disiplin dalam berlatih, dan

mampu merespons atau cepat tanggap dan kritis terhadap situasi dan kondisi yang sering berubah, (c) mampu menghadapi rintangan, hambatan, dan lawan dengan daya juang tinggi, (d) ketelitian tinggi, (e) cepat memahami prosedur pendidikan dan latihan di asrama atau di tempat latihan, (f) cepat memahami teknis kepelatihan secara spesifikasi cabang olahraga, (g) mampu menerima dan mudah beradaptasi terhadap perubahan, (h) berdisiplin waktu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab, dan (i) loyalitas tinggi dan suka menjalin hubungan atau relasi.

Asnawi (2002, p. 86) mengemukakan manifestasi dari motivasi berprestasi ini terlihat dalam perilaku seperti: (1) mengambil tanggung jawab pribadi atas perbuatan-perbuatannya, (2) mencari umpan baik tentang perbuatannya, (3) memilih risiko yang moderat atau sedang dalam perbuatannya, dan (4) berusaha melakukan sesuatu dengan cara-cara baru dan kreatif. Johnson, Schwitzgebel & Kalb (Djaali, 2013, p. 109) mengemukakan di antara karakter orang mempunyai motivasi berprestasi tinggi adalah menyukai situasi atau tugas dengan penuh tanggung jawab pribadi untuk mencapai hasil, bukan didasarkan pada nasib, kebetulan, atau keberuntungan.

Menurut Sanderson (2020, p. 1) seseorang yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi cenderung memperlihatkan enam karakteristik yang berbeda. *Pertama*, preferensi untuk tugas-tugas yang cukup sulit. Orang-orang yang memiliki motivasi berprestasi menginginkan tantangan, sehingga tidak menyukai tugas dengan sedikit tantangan, mudah diselesaikan dan kurang memberikan rasa puas. Orang juga tidak ingin membuang waktu

untuk tugas yang tidak berhasil diselesaikan, jadi juga menghindari tugas yang sangat sulit. *Kedua*, memiliki daya saing. Orang menyukai tugas dan mengejar karier yang menawarkan kesempatan untuk bersaing dengan orang lain. Jadi, sederhananya orang berprestasi tinggi suka berkompetisi. *Ketiga*, menunjukkan preferensi untuk tujuan yang jelas dan umpan balik tentang kemajuan yang dicapainya. Orang suka mengerjakan tugas-tugas yang memiliki hasil yang jelas untuk dikerjakan dan bisa mendapatkan umpan balik dari orang-orang yang memenuhi syarat tentang kinerja. Orang sebenarnya lebih suka menerima kritik dari seseorang yang keras, tetapi kompeten, daripada dari seseorang yang lebih ramah tetapi kurang kompeten.

Keempat, kemampuan untuk mengatur diri sendiri dan bertanggung jawab secara individu. Orang bermotivasi untuk meraih prestasi tinggi diliputi rasa sabar dengan tidak ingin segera meraih kepuasan bersifat instan, lebih fokus pada tujuan jangka panjang. Orang juga suka memiliki kendali atas tugas-tugas yang dikerjakan, sehingga dapat merasakan kepuasan pribadi ketika berhasil melakukan pekerjaan dengan baik. *Kelima*, ketangguhan mental dan kegigihan. Orang terus bekerja, bahkan ketika menemui rintangan. Orang memiliki kemampuan untuk tetap fokus pada tugas dan bertahan walaupun menghadapi rintangan sehingga usahanya tidak berjalan dengan baik. *Keenam*, mencari dan melakukan lebih baik pada tugas-tugas yang cukup menantang, mengambil tanggung jawab sendiri untuk meningkatkan kinerja, mencari umpan balik tentang seberapa baik yang dapat

dilakukan, dan mencoba cara-cara baru dan lebih efisien dalam melakukan sesuatu.

Berdasarkan pendapat-pendapat para ahli tersebut dapat dijelaskan bahwa indikator peserta didik dengan motivasi berprestasi tinggi dapat dilihat dari sikapnya dalam mengerjakan suatu kegiatan dengan penuh kesadaran berolahraga serta hasil karya dari kegiatan tersebut memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi dibanding dengan peserta didik yang motivasi berprestasinya rendah. Dengan demikian dapat dikemukakan indikator-indikator motivasi berprestasi yang ditetapkan dalam penelitian ini: bekerja secara kreatif, pencapaian prestasi merujuk pada ukuran keberhasilan; beraktivitas untuk mencapai karya yang lebih baik dari sebelumnya; lebih mengutamakan pencapaian prestasi; tidak suka membuang waktu; percaya diri atas kemampuannya; berupaya melampaui batas bawah keunggulan; mengharap keberhasilan dalam pelaksanaan tugas yang dibebankan; terdorong menyingkirkan hambatan atau rintangan agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat serta tepat waktu; dan selalu memperbarui informasi-informasi tentang olahraga.

3. Kesadaran Berolahraga

Kesadaran berolahraga merupakan salah satu variabel yang diamati dalam penelitian ini, tepatnya adalah variabel tidak bebas. Pada bagian ini variabel tersebut dikaji berdasarkan teori relevan sehingga dapat diturunkan definisi tentang kesadaran berolahraga beserta indikator-indikatornya untuk kebutuhan penelitian ini.

a. Pengertian Kesadaran

Pada dasarnya olahraga menjadi kebutuhan bagi setiap orang supaya terjaga dan terpenuhi syarat fisik tubuh yang ideal dan tetap sehat. Kesehatan dinilai penting karena dengan tingkat kesehatan yang baik, orang lebih mudah untuk menjalani kegiatannya sehari-hari. Undang-undang keolahragaan menjamin hak-hak bagi setiap warga untuk berolahraga, tanpa membedakan suku, keyakinan beragama, status sosial kemasyarakatan, gender, kelainan fisik atau mental. (Pradhana, 2016, p. 77). Semuanya diatur hak-haknya dalam melakukan kegiatan olahraga (UU No. 12 Th. 2022). Olahraga merepresentasikan keunggulan serta kemajuan negara dan bangsa. Negara yang maju dalam olahraga menjadi penanda kemajuan negara yang bersangkutan. Begitupun di tingkat lokal, baik tingkat kecamatan, kabupaten, atau provinsi, keberhasilan dalam bidang olah di wilayah tersebut dapat menjadi pengukur kemajuan wilayah terkait, karena olahraga pada dasarnya dibangun dan menjadi tanggung sistem pemerintahan di daerah itu sendiri. Pembangunan olahraga juga dijadikan sebagai alat untuk memperlihatkan eksistensi bangsa melalui pembinaan prestasi yang setinggi-tingginya (Kusnan, 2013, p. 48).

Dalam tulisan Kuntjoro (2020, p. 70) olahraga merupakan proses sistematis yang mengatur kegiatan-kegiatan yang mengintegrasikan pikiran, jasmani, rohani, sosial, dan budaya untuk memberikan dorongan, dan memberikan pembinaan serta menumbuhkembangkan potensi-potensinya sebagai perorangan atau kelompok masyarakat. Kegiatan penunjang

pengembangan potensi tersebut dalam bentuk permainan, pertandingan, atau kegiatan pencapaian prestasi puncak lainnya dalam rangka penguatan ideologi secara utuh dan berkualitas berdasarkan undang-undang dan dasar negara Pancasila. Kesadaran masyarakat akan pentingnya berolahraga secara teratur saat ini masih dianggap kurang, apalagi pada usia produktif antara 20-40 tahun karena kesibukan yang telah dilakukan. Menurut Depdikbud (dalam Wirnantika, Pratama, & Hanief, 2017, p. 241) kebugaran jasmani adalah kemampuan tubuh seseorang untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan giat dan waspada tanpa mengalami kelelahan yang berarti, serta masih memiliki cadangan energi untuk mengisi waktu luang dan menghadapi hal-hal darurat yang tidak terduga sebelumnya. Olahraga yang dilakukan secara teratur akan membuat tubuh menjadi bugar.

b. Olahraga: Fungsi dan Manfaatnya

Apabila dicermati tentang pengertian-pengertian yang disampaikan para ahli di atas, secara mendasar olahraga berfungsi dan bermanfaat serta sangat berguna bagi tubuh orang yang melakukannya secara teratur. Adapun fungsi dan manfaat olahraga di antaranya dikemukakan seperti berikut.

- 1) Merawat, menguatkan, menyeimbangkan, membuat jasmani dan rohani tetap bugar.
- 2) Menjadi salah satu metode untuk mengurangi stres.
- 3) Sebagai perilaku aktif untuk meningkatkan metabolisme dan fungsi kelenjar sehingga meningkatkan sistem kekebalan tubuh.

- 4) Menekan risiko serangan penyakit jantung, menjaga berat badan, kadar kolestrol, dan tekanan darah.

c. Kesadaran Diri Berolahraga

Sebagaimana dipahami oleh masyarakat umum, kegiatan berolah-raga atau jasmani di sekolah dibelajarkan sebagai serangkaian aktivitas jasmani dengan tujuan mewujudkan kondisi tubuh supaya segar dan terasa bugar, meningkatkan kecerdasan, dan mengembangkan watak yang adaptif, serta menjadi wahana penerapan nilai-nilai Pancasila (Sofa & Lengkana, 2018, p. 100). Umumnya orang mengetahui bahwa olahraga sebagai kebutuhan penting dalam hidupnya, yang telah diakui mampu menjaga kebugaran fisik, sehingga tetap dalam kondisi baik dan sehat. Apabila kegiatan olahraga para siswa generasi-Z didorong oleh suatu kebutuhan untuk mempertahankan kesehatan jasmaninya agar tetap sehat, segar dan terasa bugar, dalam dirinya timbul kesadaran diri untuk berolahraga. Aripin (2018, p. 3) menyatakan bahwa kegiatan berolahraga dapat meningkatkan setidaknya menjaga kesehatan dan menangkal timbulnya aneka penyakit, seperti penyakit jantung, *diabetes*, *osteoporosis*, dan *obesitas*. Berolahraga secara rutin dan didorong oleh kesadaran diri bahwa dengan melakukan kegiatan itu akan mampu untuk mengurangi rasa sedih, tekanan mental atau fisik sebagai respons perubahan lingkungan, dan rasa cemas, sekaligus semakin tumbuh kepercayaan dirinya, berkualitas tidurnya, dan membangun konsentrasi.

Kalimat indah pada paragraf sebelumnya biasa diperdengarkan oleh motivator dengan target dapat membangkitkan semangat orang-orang agar

percaya diri kepada kemampuannya masing-masing. Hal itu dapat dipahami jika seseorang berkeinginan memperoleh kesehatan dapat dilakukan dengan bermacam pilihan, misalnya berolahraga secara rutin memanfaatkan sarana yang tersedia di rumah dengan *exercise*, *treadmill*, sepeda, jalan santai, lari, renang, atau jenis-jenis permainan dan lainnya (Prasetyo, 2015, p. 221). Pelaksanaanya dapat dilakukan di rumah, di lingkungan sekitar, atau di fasilitas umum yang disediakan masyarakat atau pemerintah, atau di tempat latihan umum yang berbayar. Dalam upaya mencapai tujuan, mendaki karier atau menggapai prestasi, peserta didik, olahragawan dan terutama atlet akan menemui banyak rintangan, hambatan atau kendala yang menghadang.

Zulkarnaen (2010, p. 2) menyatakan bahwa kesadaran masyarakat untuk turut serta aktif partisipatif dalam berolahraga didasari oleh tujuan berbeda-beda. Mengacu pada kebutuhan manusia, tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh sebagian masyarakat melalui aktivitas olahraga di antaranya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup, seperti kebutuhan fisiologis, rasa aman, harga diri, cinta kasih dan ketergantungan, aktualisasi diri, dan berprestasi. Keberagaman tujuan yang menyebabkan partisipasi seseorang dalam berkegiatan menandakan adanya dorongan dalam dirinya sehingga rela meluangkan waktu untuk berolahraga sebagaimana diinginkannya.

Menurut Prasetyo (2015, p. 223) kini tingkat kesadaran masyarakat untuk berolahraga semakin membaik. Hal itu dapat diketahui dari meningkatnya partisipasi masyarakat pada *sports development index*, *SDI* atau indeks pembangunan sumber daya bidang olahraga. Peningkatan angka

partisipasi itu berarti terjadi penambahan orang di wilayah tertentu aktif berolahraga, penambahan sarana olahraga dalam wujud lapangan, gedung, atau ruang terbuka lainnya yang dapat dimanfaatkan masyarakat.

Sebagaimana dikemukakan oleh Prasetyo (2015, p. 223) di atas, bahwa berolahraga dapat menjadi sarana untuk pengembangan karakter anak bangsa. Dalam kaitan dengan studi ini, kaum muda generasi-Z perlu ditumbuhkan kesadaran dirinya untuk berolahraga secara rutin dan teratur. Menumbuhkan kesadaran siswa dalam mengikuti kegiatan akademik dan nonakademik, perlu dilakukan secara berkesinambungan, terintegrasi pada semua pengalaman belajar, diberi model, dan segera diberikan *feedback*. Latihan kesadaran diri adalah latihan sepanjang hayat dan tidak pernah ada batas akhirnya (Fluerentin, 2012, p. 12). Kesadaran diri termasuk ke dalam ranah afektif, namun untuk mewujudkannya berkaitan dengan ranah kognitif dan psikomotorik. Ranah kognitif dimaksudkan ketika individu diharapkan memahami dan mengerti suatu konteks tentang dirinya dan tentang lingkungannya. Ranah psikomotorik berkenaan dengan tindakan atau performansi atau kecenderungan bertindak individu, yang merupakan perwujudan bahwa orang telah memiliki kesadaran diri.

Menurut Azizah (2021, p. 1) kesadaran diri (*self awareness*) merupakan salah satu fondasi untuk sebagian besar unsur kesadaran emosional. Ini adalah langkah penting untuk memahami diri sendiri serta perubahan diri. *Self awareness* ini merupakan salah satu ciri yang unik dan mendasar pada diri manusia, yang nantinya akan membedakan individu satu

dan individu lainnya. Kesadaran merupakan kunci pencapaian keunggulan dalam kinerja olahraga. Dalam kenyataan itu pemahaman tindakan yang dilakukan sendiri menyiratkan kesadaran konstan dari proses berpikir di satu sisi dan kecerdasan tubuh di sisi lain. Seseorang yang memiliki *selfawareness* yang baik dapat memahami situasi sosial, memahami orang lain, serta memahami harapan orang lain terhadap dirinya. Jadi, orang akan lebih mudah untuk bisa merefleksikan diri, menggali pengalaman, mengamati, dan juga mengendalikan emosi.

Di beberapa area publik di berbagai kota kini telah mulai ramai lagi dibanjiri oleh masyarakat yang ingin berolahraga bersama. Orang-orang mempunyai kesadaran bahwa olahraga sangat penting untuk menjaga kondisi fisik dan menjaga kesehatan agar tetap terjaga, serta menjaga kekebalan/imunitas tubuh setelah melewati masa pandemi (Wakitayanti & Hartono, 2021, p. 139) yang mencekam seluruh masyarakat dunia. Masyarakat melakukan aktivitas olahraga, baik di luar maupun dalam rumah untuk tetap menjaga kesehatan tubuh. Ada beberapa upaya yang dilakukan masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kesehatannya, upaya tersebut berupa upaya promosi, upaya preventif (pencegahan), upaya kuratif (pengobatan), dan upaya rehabilitatif (pemulihan). Dari beberapa upaya kesehatan tersebut yang paling gencar dilakukan masyarakat saat ini adalah upaya preventif (pencegahan) bahwa olahraga menjadi salah satu hal yang sering dijadikan sarana dalam mencegah suatu penyakit (Dewi et al., 2018, p. 41). Kesadaran hidup untuk mencapai kondisi tubuh sehat dengan

berolahraga secara massal merupakan tindakan sistematis dan terencana yang dilakukan bersama-sama dengan kesadaran dan keinginan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup. Kesadaran semacam ini perlu ditumbuhkembangkan pada generasi muda.

Kesadaran diri dan motivasi atlet dapat diintervensi untuk dikembangkan. Sehubungan dengan itu, Castillo & Chow (2020, p. 6) melakukan penelitian dengan menggunakan teknik profil kinerja untuk meningkatkan kesadaran diri atlet dengan berbagai faktor yang diperlukan untuk pencapaian kinerja optimal dalam olahraga. Keadaan kinerja atlet di awal penelitian dibandingkan dengan keadaan kinerja ideal atlet, serta membandingkan kekuatan dan kelemahan tentang kinerja yang diidentifikasi. Hasil penelitian kualitatif sebelumnya telah menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran diri atlet adalah manfaat utama dari profil kinerja. Castillo & Chow (2020, p. 9) memperluas penerapan teknik profil yang direvisi untuk mengevaluasi pertunjukan menari dan secara sistematis memeriksa keberhasilan teknik intervensi profil pertunjukan yang direvisi dibandingkan teknik didaktik pada kesadaran diri dan perubahan perilaku penari lain dalam upaya peningkatan kinerja.

Ahli psikologi mengungkapkan bahwa istilah lain dari *self awareness* adalah *metamood* atau metakognisi. Kata tersebut memiliki arti kesadaran seseorang terhadap proses berpikir serta kesadaran emosinya sendirinya. Proses metakognisi mampu membuat seseorang bisa mengontrol semua aktivitas kognitifnya, sehingga hal itu bisa mengarahkan individu tersebut

untuk memilih situasi dan juga strategi yang tepat bagi dirinya sendiri di masa depan (Azizah, 2021, p. 1). Seseorang yang memiliki *self awareness* yang baik dapat memahami situasi sosial, memahami orang lain, serta memahami harapan orang lain terhadap dirinya. Jadi, orang akan lebih mudah untuk bisa merefleksikan diri, menggali pengalaman, mengamati, dan juga mengendalikan emosi.

Orang yang rendah kesadaran dirinya perlu diusahakan menjadi lebih baik, dengan kesadaran yang baik seseorang dapat mengontrol aktivitas kognitifnya, dan mampu memilih situasi dan strategi yang tepat bagi yang bersangkutan. Untuk kesadaran dalam diri seseorang, De Vito (Julianto, 2016, p. 8) menyarakannya melalui empat cara berikut. (1) Berbicara kepada diri sendiri), dengan bercakap-cakap kepada diri masing-masing dengan tujuan mengenali kondisi-kondisi yang dialaminya, (2) mendengar dengan cermat orang yang berbicara. Respons oleh orang lain berdampak untuk mengenali diri sendiri (*self-knowledge*) dan menyadari diri sendiri *self-awareness*, (3) menggali informasi dirinya sendiri. Masukan dari orang lain dapat menjadi sarana untuk mengevaluasi diri, ini merupakan bagian dari proses menjadi pribadi yang memiliki kesadaran diri, (4) Membuka diri terhadap orang lain berfokus pada usaha menyingkirkan penghambat diri dalam bentuk menolak kehadiran orang lain, enggan menerima kritikan atau saran.

Kesadaran sangat penting bagi para atlet untuk menyadari apa yang dipikirkan dan juga berpikir dengan hati-hati tentang apa dan mengapa

melakukan suatu aktivitas. Atlet harus mendemonstrasikan keterampilannya dengan penuh kesadaran. Ia harus mampu mengendalikan kekuatan, emosi, dan pemikirannya secara terintegrasi dalam penampilan. Ketika sadar dan fokus terhadap tugas yang harus dilakukannya, atlet harus memiliki kendali untuk mengatasi berbagai situasi. Memiliki kesadaran diri (*self awareness*) yang tinggi memungkinkan seseorang untuk mengetahui atau memahami kekuatan dan kelemahan, nilai-nilai, dan motivasinya. Atlet juga dapat mengukur suasana hati, perasaan sendiri, dan mengendalikan perasaan ketika memengaruhi orang lain, terbuka terhadap umpan balik dari orang lain untuk terus berkembang.

Berdasarkan kajian-kajian teori yang telah disampaikan, berikut dikemukakan batasan tentang kesadaran berolahraga sebagai kemampuan siswa generasi-Z dalam berolahraga dengan kesadaran untuk mengadaptasi diri terhadap situasi di sekelilingnya, memahami kelebihan atau kekurangan diri, memperbarui informasi yang relevan dan mengolahnya secara kritis sehingga berguna bagi dirinya, serta mempunyai gambaran yang jelas atas tujuan yang ingin dicapai di masa depannya. Kemampuan tersebut juga meliputi kemampuannya kesadaran kognisi, perasaan, dan evaluasi diri agar mengetahui kekuatan, kelemahan, dorongan, dan nilai-nilai pada diri sendiri dan orang lain.

d. Indikator Kesadaran Diri Generasi-Z dalam Berolahraga

Generasi muda rentang usia 16-30 tahun menurut UU Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, merupakan generasi yang paling dekat

dengan media sosial. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hootsuite (Natalia, 2020, p. 24) dilaporkan bahwa pengguna media sosial paling banyak adalah pada usia 18-34 tahun, baik pria maupun wanita. Kesadaran diri dari generasi muda sebagai penerus bangsa ini perlu dibangun agar generasi muda dapat melestarikan budaya lokal dan membangun budaya yang positif melalui penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial oleh generasi-Z juga harus menyadarkan perilakunya dengan memahami budaya yang berbeda-beda. Tidak adanya kesadaran tersebut sering kali juga menimbulkan masalah.

Diungkapkan dalam tulisan Riyadi & Hasanah (2015, p. 109) bahwa seseorang yang memiliki kesadaran diri positif akan mampu merangsang perilakunya untuk mengembangkan inisiatif dan kreativitas diri menggapai kesuksesannya atau tim dan tidak kehilangan kontrol emosi saat menghadapi tantangan yang dihadapinya. Kesadaran diri merupakan alat kontrol dalam hidup, sehingga dapat memunculkan kemampuan seseorang mencapai kesuksesan yang diinginkan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keberhasilan seseorang juga bergantung pada seberapa jauh individu menyadari tanggung jawabnya.

Gea, Wulandari, & Babari (2002, p. 9) memperkuat pernyataan Riyadi & Hasanah dengan mengemukakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat kesadaran diri yang tinggi dan positif, akan mampu mengakumulasikan seluruh kemampuan, dapat mengenal kenyataan dirinya dan sekaligus kemungkinan-kemungkinannya serta mampu mengetahui peran yang harus

dimainkan untuk mewujudkan keinginannya. Hal itu merupakan modal yang sangat baik dan tepat dalam mengembangkan potensi diri, baik kemampuan maupun keterampilannya. Dengan mampu berdamai, puas, dan bangga dengan diri sendiri, seseorang akan lebih mampu mengembangkan dirinya secara optimal.

Seseorang dengan kesadaran diri membuat dirinya mengetahui apa yang dirasakan pada suatu saat, dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri; memiliki tolok ukur yang realistis atas kemampuan diri dan kepercayaan diri yang kuat. Orang tersebut mampu mengendalikan dirinya, misalnya mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan lainnya. Dengan mengenal dirinya, seseorang juga mengenal orang lain serta mampu membaca maksud dan keinginan orang lain. Menurut Goleman (Aji & Dwiyanti, 2014, p. 38), kecerdasan emosi merupakan kemampuan orang untuk mengatur emosinya menjaga keselarasan emosi dan mengungkapkannya sebagai kesadaran, pengendalian, motivasi diri, dan empati serta keterampilan sosial. Siswa mampu mengendalikan kecerdasan emosi tinggi mempunyai ciri-ciri, yaitu: 1). mampu memotivasi diri sendiri dan bertahan ketika menghadapi frustrasi, 2). mampu menekan dorongan hati agar tidak berlebihan pada kesenangan, 3). dapat mengatur dan menjaganya suasana hati supaya tidak mengurangi kemampuan berpikirnya, 4). berempati kepada orang lain.

Dari pendapat-pendapat dan uraian tentang kesadaran diri dalam berolahraga para generasi muda di atas, maka dapat dikemukakan bahwa

indikator-indikator untuk mengenali seorang generasi-Z memiliki kesadaran diri dalam berolahraga bila ia memperlihatkan kemampuan-kemampuan berikut.

- 1) Mengenali perilaku beserta dampaknya pada orang lain dan perasaan yang dialami dan mencari tahu penyebabnya.
- 2) Mengidentifikasi potensi diri sehingga tahu kelebihan atau kelemahan sendiri.
- 3) Bersikap mandiri, pantang bergantung pada orang lain, yakin kepada kemampuan sendiri, berminat dan bermotivasi.
- 4) Mengambil keputusan secara tepat dalam meniti karier olahraga.
- 5) Terampil menyampaikan pemikiran, pendapat dengan penuh keyakinan sebagai cerminan diri.
- 6) Memeriksa, menilai atau mengoreksi dan mengevaluasi diri, serta menerima respons balik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator untuk kesadaran berolahraga pada diri siswa generasi-Z dalam penelitian ini meliputi kemampuan mengontrol emosional, memahami perasaan dan perilaku sendiri dan membangun komunikasi; tahu kelebihan dan kelemahan diri dengan evaluasi diri secara akurat berdasarkan data atau informasi yang relevan; membangun sikap rasa percaya diri atau keyakinan; berani mengambil keputusan tepat dengan merumuskan standar pencapaian secara rasional; dan optimis dalam mencapai prestasi sesuai tujuan.

B. Penelitian yang Relevan

Ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini di antaranya sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nadila, Aqsa, M. & Risal, M. (2020, p. 1), bertujuan untuk menemukan hubungan penggunaan *social media influencer* terhadap *brand awareness*, dilaksanakan di kota Palopo. Ada dua jenis data yang analisis, yaitu data sekunder yang diambil dari kepustakaan dan angket yang dikumpulkan dari 100 pengguna *instagram*. Teknik menganalisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian yang dipublikasi kepada khalayak adalah *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Kesimpulannya didukung oleh hasil pengolahan data yang memberikan nilai $t_{hitung} = 8.426 > 1.660 = t_{tabel}$, dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Berarti, penggunaan *social media influencer* meningkatkan *brand awareness*. Kesamaan penelitian terdapat pada variabel bebas yaitu meneliti tentang *social media influencer*. Perbedaannya terdapat jenis dan jumlah variabel, penelitian hanya berfokus pada satu sedangkan penelitian yang sedang dilaporkan ini berfokus pada dua variabel bebas, yaitu *influencer* dan motivasi berprestasi. Variabel tak bebas penelitian yang dirujuk adalah *brand awareness*, variabel tidak bebas pada penelitian yang sedang dilaporkan ini adalah kesadaran berolahraga.
2. Penelitian oleh Haryanto, (2020, p. 65), bertujuan menemukan pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap aktivitas jasmani siswa smpn Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi.

Populasi penelitiannya berjumlah 307 siswa kelas VIII SMPN 8 Yogyakarta, dan sampel sebesar 149 siswa ditetapkan dengan teknik *random sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner dengan validitas $t_{\text{tabel}} = 0,158$ dan reliabilitas instrument = 0,731. Hasil analisis data menggunakan analisis regresi sederhana berbantuan aplikasi *SPSS versi 25*, adanya pengaruh yang signifikan kebiasaan penggunaan *smartphone* terhadap aktivitas jasmani siswa. Kontribusi dari kebiasaan penggunaan *smartphone* terhadap aktivitas jasmani siswa sebesar enam persen. Kesamaan kegiatan penelitian adalah mengambil variabel tentang sosial media digital, adapun perbedaan terdapat variabel tak bebas.

3. Penelitian yang dilakukan Masrun (2020, p. 1), dengan tujuan mengetahui pengaruh mental *toughness* dan motivasi berprestasi terhadap prestasi olahraga atlet PPLP Sumbar. Populasi sebanyak 87 orang Atlet PPLP Sumbar dengan sampel berjumlah 44 atlet yang diambil dengan menggunakan teknik proporsional *random sampling*, Instrumen angket untuk mengukur prestasi, mental *toughness*, dan motivasi berprestasi. Pengolahan data menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi ganda pada taraf signifikan $< 0,05$. Hasil dari penelitian: (a) terdapat pengaruh yang signifikan mental *toughness* terhadap prestasi olahraga atlet PPLP Sumbar, (b) terdapat pengaruh yang signifikan motivasi berprestasi terhadap prestasi olahraga atlet PPLP Sumbar, (c) terdapat pengaruh yang signifikan antara mental *toughness* dan motivasi berprestasi terhadap prestasi olahraga atlet PPLP Sumbar.

Kesamaan penelitian terdapat pada variabel bebas, sama-sama mengamati motivasi berprestasi.

4. Penelitian yang dilakukab oleh Riski Rahmawati, Musfichin, dan Mubarak (2020) bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan motivasi berprestasi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan besarnya sampel 373 mahasiswa. Analisis data menggunakan metode deskriptif dan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Dari analisis menghasilkan nilai korelasi $r = 0,292$, dengan nilai $r_{\text{tabel}} = 0,101$, untuk $n = 373$ dan $\alpha = 0,05$. Kesimpulannya: terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan motivasi berprestasi dengan kategori rendah. Kesamaan penelitian adalah sama-sama mengamati variabel sosial media dan motivasi berprestasi, perbedaan pada jumlah variabel yang diamati.

C. Kerangka Pikir

Influencer memiliki hubungan yang besar terhadap generasi-Z karena pada masa kini banyak anak muda generasi-Z terlihat menggunakan media sosial *gadget*. Dalam tulisan Asmarantika, Prestianta, & Evita (2022, p. 43), generasi-Z dipandang sebagai tambang emas yang membuat cerah berbagai sektor industri, termasuk sektor media dan komunikasi. Generasi-Z mengakses media digital dengan durasi lebih dari delapan jam setiap hari. Media sosial menjadi jalur yang dimanfaatkan untuk memerolah informasi. Sebesar tujuh puluh satu persen sumber data menyatakan memeroleh berita atau data dari media sosial. Di awal perolehan berita,

generasi-Z cenderung melakukan secara tidak sengaja terpapar berita/informasi dari luar. Selanjutnya, generasi-Z melakukan penelusuran terkait informasi ke berbagai sumber, dan mengedepankan kualitas isi tayangan dan kepercayaan muatan informasi. Ketika hendak memilih *brand* media, daripada kebaruan atau kecepatan produksi konten pada media tersebut. Generasi-Z lebih terdorong menelusuri berita-berita yang berhubungan dengan kepentingannya, seperti pengetahuan, hiburan, atau olahraga.

Berdasarkan hasil survei *Digital News Report 2021* yang disampaikan Reuters (Newman et al., 2021, p. 9), diketahui bahwa media digital merupakan media yang digemari generasi-Z ketika mencari dan memilih informasi maupun berita. Laporan *Digital News Report 2021* menguatkan yang disampaikan oleh Asmarantika, Prestianta, & Evita (2022, p. 41), ada sebanyak 74 persen respondennya menelusuri informasi dari media sosial, mencari berita yang mencerminkan berbagai pandangan, dan memungkinkannya untuk memutuskan apa yang harus dipikirkan. Umumnya, generasi-Z lebih menjatuhkan pilihannya pada merek atau institusi media dengan pertimbangan konten berita dan kredibilitas lembaga atau perusahaan yang diwakili *influencer*. Ada lima aspek yang menjadi pertimbangan: dapat dipercaya, tepat, kredibel, isi materi tayangan, kualitas, dan mutakhir, komprehensif daripada artikel yang cepat namun tidak lengkap informasinya. Menurut Fletcher & Park (2017, p. 1281), elemen kredibel berkaitan erat dengan keterpercayaan sumber berita dan reputasi perusahaan/*brand* media. Kepercayaan pada informasi yang diperoleh dari media akan memengaruhi tingkat inisiatif generasi-Z, karena kesadarannya ia bertindak atas harapan mencapai tujuan

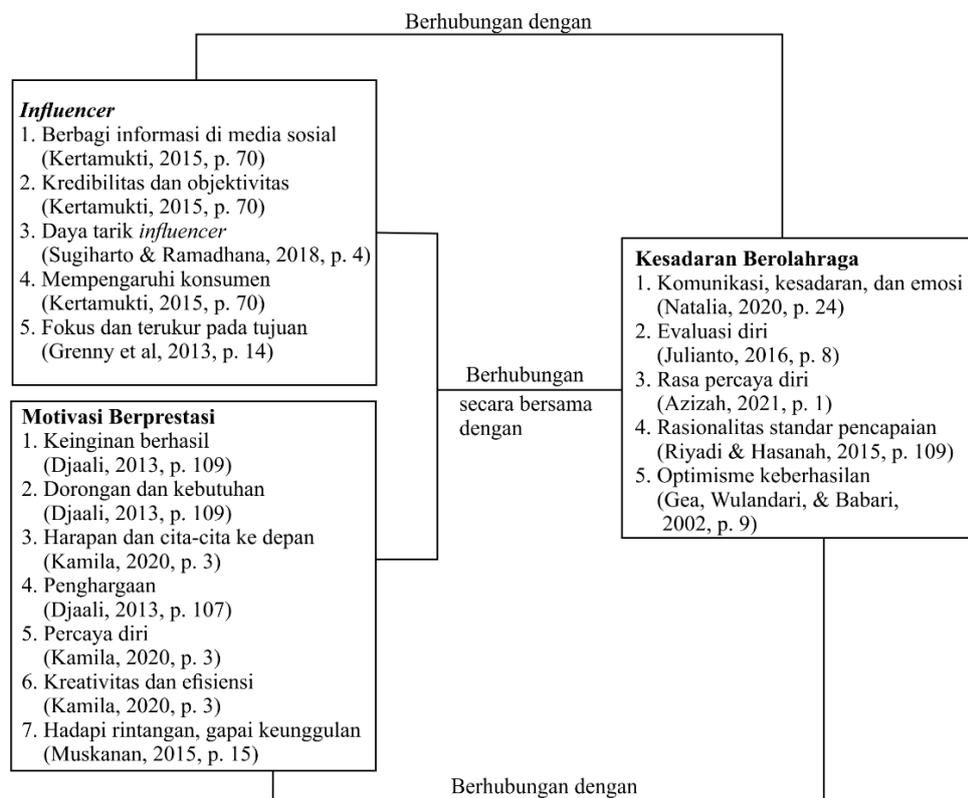
yang diidamkannya. Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi hubungan media dengan khalayak, yang akan berdampak pada perilaku setelah membaca sebuah informasi.

Dari analisis data pada penelitian Asmarantika, Prestianta, & Evita (2022, p. 41) dikemukakan bahwa umumnya *audieins* generasi-Z cermat dan hati-hati ketika memilih berita. Ada 56.8 persen responden berkecenderungan membaca dan menganalisis suatu topik barang tiga sampai lima menit sebelum mengambil info atau berita terkait, Adapun sisanya berusaha menelusuri info lain dari sumber lain ketika menerima suatu informasi. Mengambil manfaat dari suatu berita dengan menelusuri topik tertentu di satu media dilakukan oleh 35.5 persen responden. Di sisi lain, generasi-Z yang membaca berita hanya sesaat saja tanpa melakukan penelusuran lebih jauh berjumlah 34.2 persen. Itu berarti bahwa generasi-Z mempunyai motivasi yang kuat untuk menggapai pemahaman secara utuh, memperlihatkan kemampuan berpikir kritis dan bertindak secara kreatif dalam memilih dan mengikuti *influencer* untuk dicontoh pengalaman baiknya, sikap maupun keterampilan yang diidamkannya.

Flicker & Hoffman (2006, p. 10) menyatakan bahwa *Motivation is considered a key factor in children's success in acquiring skills and knowledge*. Motivasi dianggap sebagai faktor kunci atas keberhasilan anak-anak dalam memperoleh keterampilan atau pengetahuan. Adapun faktor penentu pencapaian prestasi akademik/perolehan belajar, Djaali (2013, p. 110) menyatakan bahwa motivasi berprestasi merupakan salah satu penentu dalam mencapai keterampilan. Jika anak memiliki motif berprestasi berasal dari motivasi dari dalam dirinya

sendiri, hal itu sangat berpengaruh pada timbulnya kesadaran diri dalam keterampilan-keterampilan, termasuk berolahraga untuk mencapai tujuannya. Dari beberapa pendapat ahli tersebut terbaca adanya hubungan kuat antara motivasi berprestasi dengan performansi dari usahanya dalam mencapai kinerja.

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir



Berdasarkan deskripsi di atas, dapat diduga terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel *influencer* dan motivasi berprestasi, dengan kesadaran berolahraga. Semakin tinggi skor hasil pengukuran angket pada variabel *influencer*, dan skor variabel motivasi berprestasi, diduga akan semakin baik pula skor hasil pengukuran angket pada kesadaran berolahraga peserta didik generasi-Z. Kerangka pikir hubungan antarvariabel dalam penelitian ini ditunjukkan secara visual dengan Gambar 1 di atas.

D. Hipotesis Penelitian

Dari mengaji teori-teori yang relevan, rujukan hasil-hasil studi terdahulu, dan kerangka pikir, maka berikut ini dirumuskan hipotesis sebagai jawaban rumusa pertanyaan penelitian dalam rumusannya seperti berikut.

1. Ada hubungan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
2. Ada hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
3. Ada hubungan secara bersama antara variabel *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Pada bagian ini dikemukakan tentang metode penelitian sebagai alur yang dilakukan untuk merajut rangkaian pelaksanaan penelitian, jenis penelitian untuk menentukan rancangan yang menggambarkan hubungan antarvariabel secara visual, pengembangan instrumen untuk menjawab masalah penelitian dengan teknik pembakuannya, serta teknik pengolahan data.

1. Metode Penelitian

Untuk menjawab masalah penelitian digunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan kegiatan penelitian untuk mendeskripsikan peristiwa atau kejadian pada fokus perhatian dengan tidak memberikan tindakan khusus pada peristiwa tersebut. Adapun Nawawi (2012, p. 67) menjelaskan metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah dengan menjelaskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada waktu kini berdasarkan fakta-fakta yang muncul, sebagaimana adanya.

Dengan memperhatikan masukan pendapat ahli serta karakteristik kegiatan penelitian yang dilakukan, yaitu mendeskripsikan tentang variabel *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga sebagaimana adanya tanpa memberikan intervensi apapun, maka dapat dikemukakan bahwa metode yang sesuai untuk maksud tersebut adalah penelitian dengan metode deskriptif. Dengan metode deskriptif tersebut, penelitian ini hanya mendeskripsikan

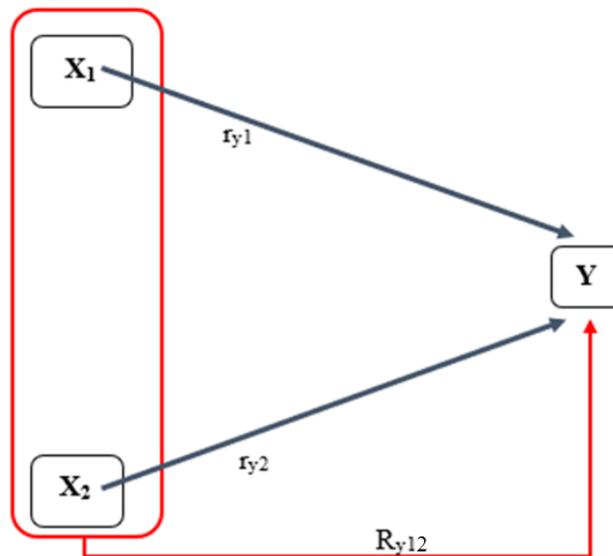
keadaan atau gejala-gejala pada subjek atau objek penelitian berdasarkan data objektif yang dikumpulkan dari responden atau sampel penelitian.

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sukmadinata (2015, pp. 76-77) menyatakan terdapat beberapa jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian perkembangan, kasus, kemasyarakatan, perbandingan, hubungan, analisis kegiatan, dan analisis isi atau dokumen. Dari beberapa variasi itu, penelitian ini merupakan penelitian korelasi, karena prosesnya meneliti korelasi antara dua variabel atau lebih. Subana & Sudrajat (2011, p. 36) menyatakan bahwa studi korelasi dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam satu populasi. Pernyataan Subana & Sudrajat menguatkan penelitian korelatif untuk mengetahui secara cermat hubungan antara variabel *influencer* dan motivasi belajar adalah variabel bebasnya sedangkan kesadaran berolahraga adalah variabel tidak bebasnya.

Derajat keeratan hubungan antarvariabel digunakan rumus statistik. Itu berarti penelitian ini memerlukan data kuantitatif. Adapun penelitian kuantitatif dapat dikatakan sebagai pendekatan penelitian yang memerlukan data berupa angka-angka, baik ketika pengumpulan data, menafsirkan, dan memverifikasi hasil risetnya (Arikunto, 2013, p. 20). Paradigma penelitian kuantitatif menitikberatkan pada pengujian teori melalui variabel penelitian yang diukur dengan angka serta, menganalisisnya menggunakan rumus statistik.

Gambar 2. Skema Alur Rancangan Penelitian



Keterangan:

- X_1 = Motivasi berprestasi
- X_2 = *Influencer*
- Y = Kesadaran generasi-Z berolahraga
- r_{y1} = Hubungan antara X_1 dan Y
- r_{y2} = Hubungan antara X_2 dan Y
- R_{y12} = Hubungan antara X_1, X_2 dengan Y

Gambar 2 di atas menyatakan model visualisasi hubungan antara variabel-variabel yang diamati. Penentuan derajat hubungan dua variabel atau lebih dengan satu variabel bergantung menggunakan data berupa skor, selanjutnya diuji menggunakan rumus statistik. Penetapan jenis penelitian korelasi ini dipilih untuk menemukan hubungan antara variabel motivasi berprestasi dan *influencer*, dan kesadaran berolahraga siswa sekolah menengah generasi-Z di Yogyakarta. Dengan menggunakan Gambar 2 dalam bentuk visual menurut Creswell (2014, p. 82) dimaksudkan untuk menerjemahkan variabel-variabel yang diamati ke dalam visualisasi hubungan antarvariabel.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian SMA Negeri 5 Yogyakarta, dengan alamat di Jl. Nyi Pembayun Nomor 39 Kotagede Yogyakarta. Pertimbangan penetapan sekolah ini sebagai tempat penelitian telah dikemukakan pada bagian akhir latar belakang. Pelaksanaan penelitian selama lima bulan dengan selang waktu bulan Januari s.d. Mei 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi untuk penelitian ini adalah siswa tingkat menengah atas sebagai subjek dengan karakteristik sebagaimana disebut di latar belakang untuk dipelajari, dianalisis dan disimpulkan (Sugiyono, 2015, p. 80). Populasinya adalah siswa-siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta. Beberapa tahun terakhir, daya tampung penerimaan siswa baru sebanyak delapan rombongan belajar dan terdiri atas 288 orang siswa. Dengan demikian besarnya populasi penelitian ini adalah $2 \times 288 = 576$ siswa.

Sugiyono (2017, p. 62) menyatakan sampel merupakan bagian dari populasi, kelompok kecil yang secara nyata diteliti dan ditarik kesimpulan dari padanya (Sukmadinata, 2015, p. 250), bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam penelitian (Nawawi, 2012, p. 152). Salah satu saran Sugiyono (2017, pp. 63-68) dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel pertimbangan). Pertimbangannya karena keterbatasan sumber data, tenaga, waktu di akhir tahun pelajaran, dan biaya sehingga tidak mengambil sampel yang berjumlah besar dan jauh (Arikunto, 2014, p. 183). Berhubung siswa kelas duabelas telah menyelesaikan Penilai Akhir Semester atau

ujian akhir, siswa sudah jarang hadir di sekolah, mempersiapkan diri meneruskan studi ke jenjang berikutnya. Maka dari itu, sampel yang diambil bagian dari siswa kelas sepuluh dan sebelas. Pada tahap pengambilan data, tautan untuk pengisian angket dikirim melalui ketua kelas masing-masing. Siswa yang memberikan respons, yakni mengembalikan jawaban angket ada sebanyak 138 orang secara suka rela, tidak dipilih-pilih (acak).

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Subbab ini mengutarakan variabel-variabel penelitian. Secara berturut-turut disajikan tentang variabel, definisi operasional yang disertai dengan indikator untuk menyusun kisi-kisi.

1. Variabel Penelitian

Variabel Variabel adalah objek penelitian, atau gejala yang menjadi titik perhatian pada penelitian (Arikunto, 2013, p. 99). Menurut Sugiyono (2017, p. 38) variabel merupakan atribut, sifat, nilai dari orang, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu untuk dipelajari dan disimpulkan. Ada dua kategori variabel yaitu variabel bebas (memengaruhi) dan variabel tidak bebas (dipengaruhi). Variabel bebas pada penelitian ini adalah *influencer* dan motivasi berprestasi, variabel tak bebasnya kesadaran berolahraga

2. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan kajian teori pada Bab II, ketiga variabel yang digunakan pada penelitian dikemukakan definisi operasional seperti berikut.

a. Influencer

Yang dimaksud *influencer* adalah seseorang yang berkemampuan memengaruhi orang lain baik secara langsung maupun melalui media yang didasarkan pada kapasitasnya, baik berupa otoritas, pengetahuan, posisi, atau hubungan sehingga *audience* atau pengikutnya terdorong untuk mengambil keputusan. Seseorang yang berprofesi sebagai *influencer* bisa berasal dari orang-orang yang berlatar belakang dengan berbagai profesi, seperti: *blogger*, *youtuber*, *public figure*, kalangan selebritas, atlet, seniman, akademisi, guru atau *coach*, dan teman-teman atau individu yang dianggap penting bagi suatu komunitas. *Influencer* dipercaya para pengikutnya sehingga pesan-pesan yang disampaikan atau aktivitas yang dilakukan, barang-barang atau aksesoris yang dikenakan menjadi inspirasi dan memengaruhinya.

Adapun indikator untuk menyatakan seseorang dapat dikategorikan sebagai *influencer* jika di dalam dirinya memiliki unsur-unsur: kredibilitas, daya tarik, kekuatan, berfokus dan terukur, berusaha dengan sungguh-sungguh menemukan perilaku menonjol pada target, dorongan dan kemampuan pribadi yang kuat, kemampuan sosial, dan kemampuan struktural. Indikator tersebut menjadi dasar untuk mengembangkan instrumen dalam bentuk angket sebagai alat pengumpul data penelitian.

b. Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi sebagai variabel bebas pada studi ini merupakan daya penggerak yang dimiliki oleh siswa sekolah menengah atas generasi-Z, baik yang tumbuh dari dalam maupun dari luar dirinya, sehingga menyadari

untuk melakukan kegiatan belajar – berlatih – bekerja secara optimal dan bersemangat untuk mencapai prestasi yang ditentukannya dengan predikat baik atau unggul.

Daya penggerak pada diri siswa generasi-Z dapat diamati dari indikator-indikator orang yang mempunyai motivasi berprestasi. Dalam penelitian ini indikator dimaksud meliputi bekerja secara kreatif, pencapaian prestasi merujuk pada ukuran keberhasilan, beraktivitas untuk mencapai karya yang lebih baik, mengutamakan pencapaian prestasi, tidak suka membuang waktu, percaya diri atas kemampuan yang dimiliki, berusaha mencapai ukuran keunggulan. Orang dengan motivasi berprestasi menaruh harapan mencapai keberhasilan dalam tugas-tugas yang diberikan, terdorong menghadapi rintangan atau hambatan dalam bekerja, meng-*update* informasi kemajuan teknologi bidang olahraga. Indikator-indikator itu diperlukan sebagai dasar untuk penulisan instrumen motivasi berprestasi.

c. Kesadaran Berolahraga

Kesadaran berolahraga didefinisikan sebagai kemampuan siswa generasi-Z dalam berolahraga dengan kesadaran untuk mengadaptasi diri terhadap situasi di sekelilingnya, memahami kelebihan atau kekurangan diri, memperbarui informasi yang relevan dan mengolahnya secara kritis sehingga berguna bagi dirinya, serta mempunyai gambaran dalam pencapaian tujuan yang telah direncanakannya.

Untuk menyatakan seorang mempunyai kesadaran diri dalam berolahraga apabila padanya memperlihatkan indikator-indikator berikut.

Indikator tersebut meliputi: mendengarkan perasaan hati dan memahami perilaku sendiri (*self emotional awareness*), mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri dengan *accurate self assessment*, mempunyai sikap percaya diri atau keyakinan, berani mengambil keputusan tepat dengan merumuskan standar pencapaian secara rasional, mempunyai optimisme dalam mencapai tujuan. Indikator tersebut perlu ditetapkan karena menjadi dasar dalam pengembangan instrumen penelitian.

E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahapan pelaksanaan penelitian ini meliputi tiga kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pengolahan data.

1. Tahap Persiapan

Ada beberapa hal yang dilakukan pada tahap persiapan penelitian. Pada dasarnya kegiatan persiapan ini untuk membuat peta jalan kelancaran penelitian. Kegiatannya meliputi empat hal berikut.

- a. Melakukan pendekatan ke sekolah tempat penelitian dilaksanakan mengajukan izin penelitian dan menetapkan subjek sebagai sampel penelitian. Pendekatan ke tempat uji coba atau pengumpulan data perlu dilakukan agar kegiatan penelitian dapat berjalan sebagaimana direncanakan.
- b. Berkonsultasi dengan pembimbing skripsi yang dimulai dengan penulisan pra-proposal dan proposal hingga penelitian dan penulisan laporan hasil penelitian skripsi. Proses konsultasi diawali dengan memohon pengarahan kepada dosen pembimbing akademik dan Ketua Departemen Ilmu

Keolahragaan dan Kesehatan sehingga diperoleh pembimbing yang penuh kesabaran memberikan petunjuk dan arahan dalam penulisan proposal dan dilanjutkan dengan proses penelitian.

- c. Penyusunan instrumen penelitian dan pembakuannya. Penulisan instrumen didasarkan pada definisi operasional dengan indikator-indikator tiap-tiap variabel yang diturunkan dari kajian teori-teori yang relevan. Arahan dan masukan-masukan dari pembimbing menghasilkan instrumen penelitian yang siap diujicobakan untuk diketahui validitas dan reliabilitasnya.
- d. Persiapan pelaksanaan pengumpulan data yang diperlukan, komunikasi dan koordinasi dengan guru atau sekolah di tempat penelitian, penyiapan responden dan teknis pengumpulan data.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap paling penting dalam kegiatan penelitian. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi hal-hal berikut.

- a. Uji coba instrumen penelitian dan pengujian validitas dan reliabilitasnya untuk memenuhi syarat penggunaan statistik yang sesuai.
- b. Pengumpulan data penelitian dengan mengedarkan tautan (*link*) instrumen yang ditulis dalam bentuk *google form*, dari sampel penelitian yang telah ditetapkan bersama guru olahraga atau wakil kepala sekolah bidang kesiswaan.
- c. Analisis data penelitian yang telah dikumpulkan, diawali dari konversi data mentah ke data kuantitatif, pengujian pemenuhan syarat-syarat

penggunaan uji statistik untuk mengorelasikan antarvariabel, analisis statistik dengan aplikasi SPSS versi 22.0 dan penarikan kesimpulan.

- d. Kajian pustaka hasil-hasil penelitian yang relevan dan memosisikan hasil-hasil penelitian di antara penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya.

3. Tahap Pelaporan

Tahap terakhir pada pelaksanaan penelitian ini, secara umum meliputi kegiatan seperti berikut.

- a. Menyimpulkan hasil-hasil pengolahan data dan membuat kesimpulan penelitian sebagai jawaban dari masalah penelitian.
- b. Menulis dan menyelesaikan laporan hasil penelitian dalam format skripsi, sesuai dengan pedoman penulisan tugas akhir dan arahan pembimbing.
- c. Mengajukan sidang ujian skripsi setelah memperoleh persetujuan dan pengesahan dari pembimbing skripsi.

F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pengembangan instrumen penelitian menjadi salah satu kegiatan penting sebelum pengumpulan data. Penelitian ini memerlukan tiga macam instrumen dalam bentuk angket, yaitu *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga. Sebagai dasar untuk membuat instrumen perlu disiapkan kisi-kisi yang disusun berdasarkan indikator masing-masing. Adapun Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik tidak langsung, dengan cara mengedarkan instrumen kepada responden. Secara lebih lengkap kegiatan tersebut disajikan seperti berikut.

1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati (Sugiyono, 2015, p. 102). Ada tiga Langkah dalam pengembangan instrument: mendefinisikan variabel, menjabarkan definisi ke dalam indikator yang terukur, dan menulis item pernyataan. Instrumen yang diperlukan angket *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga (Sugiyono, 2015, p. 142). Angket merupakan daftar sejumlah pernyataan tertulis, sebagai alat pengukur variabel. Oleh Sugiyono (2016, p. 93) alat itu disebut skala sikap atau Skala Likert, baik sikap positif atau negatif, setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek sosial. Hal yang sama dianjurkan oleh Azwar (2011, p. 107) dengan memberikan sebutan pernyataan memihak untuk yang positif dan tidak memihak untuk pernyataan negative, dengan jumlah seimbang.

Angket Skala Likert dalam penelitian ini merupakan stimulus yang berupa pernyataan yang tidak mengungkap secara langsung variabel yang diukur, tetapi mengungkapkan indikator-indikator perilaku dari variabel yang bersangkutan. Dengan cara seperti itu, perancangan penulisan angket didasarkan pada indikator tiap-tiap variabel penelitian yang diamati dan dikembangkan menjadi kisi-kisi dan butir-butir pernyataan. Respons dari responden terhadap angket disediakan empat alternatif jawaban, yaitu SS, S, TS, STS.

Tabel 1. Skor Skala Tiga Variabel Penelitian

| Alternatif Jawaban | Skor | |
|--------------------|------------------|--------------------|
| | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> |
| SS | 4 | 1 |
| S | 3 | 2 |
| TS | 2 | 3 |
| STS | 1 | 4 |

Keterangan dari pilihan jawaban tersebut adalah SS berarti Sangat Setuju, S berarti Setuju, TS berarti Tidak Setuju, dan STS berarti Sangat Tidak Setuju. Pemberian skor untuk alternatif jawaban tertera pada Tabel 1 di atas.

2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Pada perancangan instrumen yang terdiri atas tiga angket, diawali dengan penulisan kisi-kisi, agar angket memuat pernyataan-pernyataan sikap yang sesuai dengan kebutuhan untuk mengumpulkan data. Arikunto, (2013: 205) menyatakan bahwa kisi-kisi instrumen untuk menunjukkan keterkaitan antara sumber data dan variabel, instrumen dan metode pengumpulan data. Pengembangan kisi-kisi bermanfaat untuk:

- a. Memberikan gambaran secara lengkap dan jelas atas jenis serta isi butir-butir instrumen yang disusun.
- b. Memudahkan dalam menuliskan butir-butir instrumen.
- c. Instrumen tersusun lengkap dan sistematis karena telah dipikirkan butir-butirnya.
- d. Berfungsi sebagai peta jalan dalam pengumpulan data.

- e. Volume pekerjaan dapat dibagikan kepada anggota tim lainnya
- f. Bagian dari kelengkapan pengujian validitas dan reliabilitas. (Arikunto, 2013, p. 205).

Kisi-kisi sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian disajikan secara terintegrasi ketiga variabel dan dapat dicermati pada Lampiran 3. Kisi-kisi memuat indikator-indikator yang diturunkan dari kajian teori yang telah disarikan menjadi definisi operasional penelitian. Ada 10 indikator pada variabel *influencer*, yang dikembangkan menjadi 30 item yang terdiri atas item positif dan item negatif secara seimbang. Adapun kisi-kisi untuk variabel motivasi berprestasi terdiri atas tujuh indikator, dan dikembangkan menjadi 25 item. Pada variabel kesadaran berolahraga terdapat lima indikator yang dikembangkan menjadi 25 item angket.

Sebelum dilakukan uji coba, instrumen dikonsultasikan kepada ahli yang berpengalaman dalam bidangnya. Berdasarkan Buku Pedoman Tugas Akhir Universitas Negeri Yogyakarta 2023, validator instrumen tugas akhir untuk program S1 dilakukan oleh pembimbingnya. Dengan demikian, masukan dan saran dari Prof. Dr. Yustinus Sukarmin, M.S. selaku pembimbing tugas akhir, sekaligus merupakan pertimbangan dari ahli yang berpengalaman dalam bidang instrumen pengukuran. Masukan yang sangat berharga dari pembimbing dimanfaatkan untuk merevisi instrumen untuk mengukur aspek-aspek psikologi pada siswa generasi-Z yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

3. Pembakuan Instrumen

Ada dua hal yang dilakukan untuk membakukan instrumen pengukuran, yaitu melakukan validitas instrumen dan menghitung koefisien reliabilitasnya. Data untuk menghitung validitas dan reliabilitas instrumen diperoleh dari data hasil uji coba. Pelaksanaan uji coba instrumen dilakukan di sekolah yang berbeda dari tempat pelaksanaan penelitian. Pertimbangan pemilihan tempat uji coba didasarkan faktor geografis, yaitu lokasi berdekatan sehingga karakteristik responden dapat diasumsikan sama, dan tidak akan terambil menjadi sampel responden dalam pengumpulan data, penyelenggara sekolah oleh pemerintah, peringkat akreditasi sama-sama berperingkat A. Responden uji coba adalah 79 siswa generasi-Z pada SMTI Yogyakarta berlokasi di Jl. Kusumanegara Nomor 3, Semaki, Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta.

a. Validitas Instrumen

Validitas dimaknai sebagai ketepatan atau kecermatan alat ukur dalam fungsinya dalam pengukuran (Azwar, 2015, p. 5). Instrumen yang valid bermakna alat itu dapat mengukur objek, termasuk variabel yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016, p. 363).

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor item dan skor total (Sugiyono, 2009, p. 353), dianalisis dengan cara korelasi *Product Moment Pearson*. Semakin tinggi koefisien korelasi antara skor item dan skor total berarti semakin tinggi konsistensi antara item tersebut dengan skala. Uji kevaliditas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputasi formula korelasi *Product Moment Pearson* berbantuan

aplikasi SPSS versi 22.0. Syarat minimum item yang memenuhi syarat validitas apabila signifikansi hasil uji coba lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau nilai koefisien r kritis sebesar 0.300 (nol koma tiga nol-nol).

. Berikut ini rumus statistik untuk menghitung korelasi *Product*

Moment Pearson.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- N : Jumlah kasus
- $\sum xy$: Jumlah perkalian antara X dan Y
- $\sum x^2$: Jumlah X kuadrat
- $\sum y^2$: Jumlah Y kuadrat
- $\sum x$: Jumlah X
- $\sum y$: Jumlah Y (Arikunto, 2006, p. 170)

Hasil perhitungan validitas instrumen *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0 untuk tiap-tiapitem dengan responden 79 siswa, derajat kebebasannya 77 (dk = n-2) dan taraf signifikansi 0.05, diperoleh hasil-hasil perhitungan sebagaimana dikemukakan pada Tabel 2 di bawah ini. Dari tiga perangkat instrumen yang berjumlah 80 item, ditemukan ada empat item yang dinyatakan tidak valid. Dasar pengambilan keputusannya dikemukakan pada uraian berikut.

Tabel 2. Ringkasan Validitas Instrumen *Influencer*, Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga

| No. Item | r – tabel ($\alpha=0.05$) | r - hitung | | | Keterangan |
|----------|-----------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | | <i>Influencer</i> | Motif berprestasi | Kesadaran olahraga | |
| 1 | 0.224 | 0.386 | 0.478 | 0.421 | valid |
| 2 | 0.224 | 0.476 | 0.521 | 0.465 | valid |
| 3 | 0.224 | 0.350 | 0.462 | 0.425 | valid |
| 4 | 0.224 | 0.496 | 0.244 | 0.472 | merah, tidak valid |
| 5 | 0.224 | 0.396 | 0.303 | 0.514 | valid |
| 6 | 0.224 | 0.461 | 0.432 | 0.370 | valid |
| 7 | 0.224 | 0.402 | 0.514 | 0.389 | valid |
| 8 | 0.224 | 0.514 | 0.560 | 0.552 | valid |
| 9 | 0.224 | 0.302 | 0.314 | 0.461 | valid |
| 10 | 0.224 | 0.619 | 0.632 | 0.585 | valid |
| 11 | 0.224 | 0.384 | 0.380 | 0.464 | valid |
| 12 | 0.224 | 0.635 | 0.351 | 0.514 | valid |
| 13 | 0.224 | 0.329 | 0.459 | 0.473 | valid |
| 14 | 0.224 | 0.448 | 0.518 | 0.550 | valid |
| 15 | 0.224 | 0.526 | 0.490 | 0.515 | valid |
| 16 | 0.224 | 0.449 | 0.243 | 0.680 | merah, tidak valid |
| 17 | 0.224 | 0.260 | 0.350 | 0.484 | merah, tidak valid |
| 18 | 0.224 | 0.514 | 0.524 | 0.656 | valid |
| 19 | 0.224 | 0.569 | 0.515 | 0.510 | valid |
| 20 | 0.224 | 0.426 | 0.516 | 0.638 | valid |
| 21 | 0.224 | 0.497 | 0.459 | 0.560 | valid |
| 22 | 0.224 | 0.435 | 0.540 | 0.439 | valid |
| 23 | 0.224 | 0.361 | 0.142 | 0.303 | merah, tidak valid |
| 24 | 0.224 | 0.358 | 0.521 | 0.505 | valid |
| 25 | 0.224 | 0.430 | 0.320 | 0.622 | valid |
| 26 | 0.224 | 0.555 | - | - | valid |
| 27 | 0.224 | 0.407 | - | - | valid |
| 28 | 0.224 | 0.370 | - | - | valid |
| 29 | 0.224 | 0.483 | - | - | valid |
| 30 | 0.224 | 0.409 | - | - | valid |

- 1) Item nomor 17 pada variabel *influencer* dengan $r_{hitung} = 0.260$. Adapun nilai r_{tabel} dengan $\alpha = 0.05$ dan $n = 79 - 2 = 77$ diketahui sebesar 0.224. Sebenarnya $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0.260 > 0.224$, namun karena nilai koefisien korelasi kritis yang dalam penelitian sebesar 0.300 menurut Sugiyono (2009, p. 353), maka item nomor 17 tersebut dinyatakan tidak valid dan digugurkan.

2) Item nomor 4, 16, 23 pada variabel motivasi belajar, masing-masing secara berurutan diperoleh nilai koefisien r_{hitung} sebesar 0.244, 0.243, dan 0,142. Namun karena nilai-nilai koefisien korelasi tersebut lebih kecil dari nilai koefisien kritis ($r > 0.300$) menurut Sugiyono (2009, p. 353), maka nomor-nomor item tersebut dinyatakan tidak valid dan digugurkan.

Dengan mempertimbangkan hasil pengujian validitas instrumen pada Tabel 3 di atas, dan keluhan para responden uji coba terhadap banyaknya nomor item yang harus direspon (80 item), maka banyaknya item angket untuk pengumpulan data perlu dikurangi. Untuk instrumen angket *influencer* dikurangi menjadi 23 item dari 30 nomor item, instrumen angket motivasi berprestasi dan angket kesadaran berolahraga masing-masing dibatasi menjadi 20 item dari 25 nomor item. Instrumen pengumpul data selengkapnya disajikan di bagian Lampiran 4, Lampiran 5, dan Lampiran 6.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut dikatakan reliabel. Hal berarti bahwa reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Azwar, 2011, p. 177). Teknik uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's*. Untuk menguji

reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi

22.0. Formula *Alpha Cronbach's* seperti berikut.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dengan:

α = koefisien reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pernyataan pada instrumen

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir instrumen

σ_t^2 = varians skor total

(Retnawati, 2017, p. 8)

Untuk menginterpretasi nilai koefisien reliabilitas Alpha (α) dilakukan dengan membandingkan nilai α_{hitung} dengan nilai α_{tabel} pada taraf kesalahan 0.05. Koefisien reliabilitas (α_{hitung}) untuk hasil analisis data uji coba instrumen *influencer* sebesar $\alpha_{hitung} = 0.858$, koefisien reliabilitas motivasi berprestasi sebesar $\alpha_{hitung} = 0.793$ dan koefisien reliabilitas kesadaran berolahraga sebesar $\alpha_{hitung} = 0.875$. Hasil perhitungan koefisien reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0 dikemukakan pada Lampiran 10, 11, dan 12. Adapun untuk mengetahui kategori reliabilitas tiap-tiap variabel digunakan Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Kategori Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Interval Koefisien Reliabilitas | Kategori |
|---------------------------------|---------------|
| $\alpha < 0.20$ | Sangat rendah |
| $0.20 \leq \alpha < 0.40$ | Rendah |
| $0.40 \leq \alpha < 0.70$ | Sedang |
| $0.70 \leq \alpha < 0.90$ | Tinggi |
| $0.90 \leq \alpha < 1.00$ | Sangat Tinggi |

Dengan menggunakan kategori reliabilitas instrumen penelitian pada Tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas ketiga instrumen penelitian ini, yaitu *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga dikategorikan tinggi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik tidak langsung dengan memberikan ketiga instrumen (angket *influencer*, motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga) kepada sampel penelitian yang terpilih. Angket-angket tersebut dikemas dalam bentuk *google form* disebarakan melalui media sosial. Teknik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa penyebaran angket dapat dilakukan dengan cepat, segera memperoleh respons jawaban, terdokumentasi dengan baik, hemat tenaga dan biaya, lembar jawaban angket dari responden dapat diunduh dalam bentuk *spreadsheet*, dan cepat dianalisis.

Pada kegiatan pengumpulan data penelitian ini, para responden mempunyai keleluasaan waktu dan kesempatan yang cukup lama. Hal ini dilakukan karena dalam proses pengumpulan data, peneliti tidak berkomunikasi langsung dengan para responden. Angket disampaikan secara berantai dengan mengirim tautan kepada guru olahraga, yang meneruskan kepada ketua-ketua kelas, dan kemudian disampaikan kepada sampel penelitian. Dalam rentang waktu selama lima hari diperoleh respon balikan sebanyak 138 siswa generasi Z. Respon balik setelah lima hari sejak tautan disampaikan kepada guru olahraga digugurkan dan tidak disertakan dalam analisis data. Diasumsikan bahwa para responden telah memberikan informasi secara jujur sesuai dengan kondisi

masing-masing dan bertanggung jawab dalam merespon 63 nomor item angket, dan menggunakan waktu seefisien mungkin dalam tempo 60 menit

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan untuk menarik kesimpulan mengenai data yang berhasil dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan analisis data parametrik. Analisis data digunakan untuk menguji hipotesis. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji korelasi sederhana untuk menjawab masalah penelitian pertama dan kedua, dan uji korelasi berganda untuk menjawab masalah penelitian ketiga. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan pemeriksaan terhadap syarat-syarat uji korelasi, yaitu uji normalitas dan homogenitas.

1. Uji Prasyarat

Pengujian prasyarat analisis data, merupakan konsep dasar untuk menetapkan rumus statistik yang diperlukan dalam pengujian, menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Uji prasyarat dalam kajian ini meliputi uji normalitas untuk sebaran data hasil penelitian, uji homogenitas variansi populasi.

a. Uji Normalitas

Sugiyono (2013, p. 241) mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis wajib berdistribusi normal sehingga sebelum menguji hipotesis, data harus diperiksa normalitasnya. Variabel yang diteliti harus dilakukan uji normalitas. Variabel bebas (X) ialah motivasi berprestasi, *influencer*, dengan variabel terikat (Y) adalah kesadaran berolahraga. Pada penelitian ini, hasil perhitungan menggunakan model *Kolmogorof-Smirnov*

dengan aplikasi SPSS versi 22.0 untuk melakukan uji normalitas. Jika $p > 0,05$, H_0 dapat diterima artinya sebaran skor variabel yang diuji tersebut tersebar normal menurut *Kolmogorof-Smirnov*. Jika $p < 0,05$, H_0 ditolak artinya sebaran skor variabel tersebut menurut *Kolmogorof-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* dinyatakan tidak normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas pada penelitian ini untuk memperlihatkan bahwa tiga kelompok data sampel (*influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran olahraga) berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Dengan kata lain, uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa himpunan data yang sedang diteliti memiliki karakteristik yang sama atau tidak. Kriteria untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis nol menggunakan aturan berikut. Jika nilai signifikansi hasil perhitungan (p) lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau $p > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima. Penerimaan hipotesis nol berarti variansi data dari tiga variabel yang diuji tersebut sama (homogen). Jika nilai signifikansi hasil perhitungan (p) lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau ($p < 0,05$), maka (H_0) ditolak. Jika terjadi penolakan terhadap hipotesis nol berarti variansi data dari tiga variabel yang diuji tersebut ada yang tidak sama (tidak homogen).

2. Analisis dengan Teknik Korelasi Sederhana dan Berganda

Teknik analisis korelasi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis nol dan hipotesis alternatif masalah nomor satu dan dua. Analisis ini digunakan

untuk mengukur koefisien korelasi antara dua variabel. Analisis ini bertujuan untuk mengemukakan korelasi atau hubungan antara variabel *influencer* dan variabel kesadaran berolahraga serta antara variabel motivasi berprestasi dan variabel kesadaran berolahraga. Untuk melakukan perhitungan menggunakan formula koefisien korelasi *Product Moment*, prosesnya dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun prosedur pengolahan datanya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut.

- a) Masukkan data yang akan diolah ke dalam program SPSS.
- b) Ambil klik menu *analyze*, ambil *correlate*, dan pilih *bivariate*. Pindahkan semua variabel di kotak *bivariate correlation*.
- c) Ambil *correlation coefficient* (di bawah), pilih *default* untuk *Pearson*, *two tailed*, dan *flag significant correlation*.
- d) Klik *Oke* (Purwanto, 2019, pp. 23-30).

Besarnya koefisien korelasi (r) berkisar antara -1,00 s.d. +1,00. Koefisien korelasi (r) bernilai 1,00 berarti hubungan antara kedua variabel itu sempurna positif. Jika koefisien korelasi (r) bernilai -1,00, hubungan antara kedua variabel itu negatif sempurna. Besaran koefisien korelasi dapat diartikan bahwa semakin tinggi koefisien korelasi (r), semakin erat pula hubungan antara kedua variabel. Untuk menafsirkannya digunakan ketentuan pada Tabel 4 sebagai patokan untuk menentukan derajat hubungan keeratan antara dua variabel.

Tabel 4. Pedoman untuk Menginterpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koefisiensi | Tingkat Hubungan |
|-----------------------------|-------------------------|
| 0,000 - 0,199 | Sangat lemah |
| 0,200 - 0,399 | Lemah |
| 0,400 - 0,599 | Sedang |
| 0,600 - 0,799 | Kuat |
| 0,800 - 1,000 | Sangat kuat |

Sumber: Sugiyono (2008: 231)

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi (r) hasil perhitungan, selanjutnya dilakukan pemeriksaan dengan menggunakan tabel nilai r *product moment* dengan derajat kebebasan (db) sama dengan $N-1$ pada tingkat signifikansi 5 persen. Selanjutnya, Sugiyono (2008, p. 235) menjelaskan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, H_a diterima dan H_0 ditolak.

3. Sumbangan tiap-tiap Variabel Prediktor

Pada penelitian ini, analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian menggunakan analisis korelasi sederhana atau analisis korelasi berganda. Teknik analisis itu dilakukan karena penelitian merupakan penelitian asosiatif untuk menemukan hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas. Untuk mengetahui besarnya sumbangan dari tiap-tiap variabel bebas (motivasi berprestasi dan *influencer*) atau bersama-sama pada variabel tidak bebas (kesadaran berolahraga), menurut Sugiyono (2008, p. 235) tidak harus dilakukan perhitungan secara khusus, tetapi dapat memanfaatkan luaran dari hasil perhitungan dengan teknik korelasi tersebut.

Pada luaran hasil uji korelasi terdapat bilangan koefisien yang disebut dengan *Person Correlation* atau Koefisien korelasi (r). Kuadrat dari koefisien korelasi disebut dengan koefisien determinasi (r^2). Koefisien itu untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel tidak bebas melalui perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Dengan kata lain, perubahan yang terjadi pada variabel bebas (r), memberikan sumbangan sebesar (r^2) kepada variabel tidak bebas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

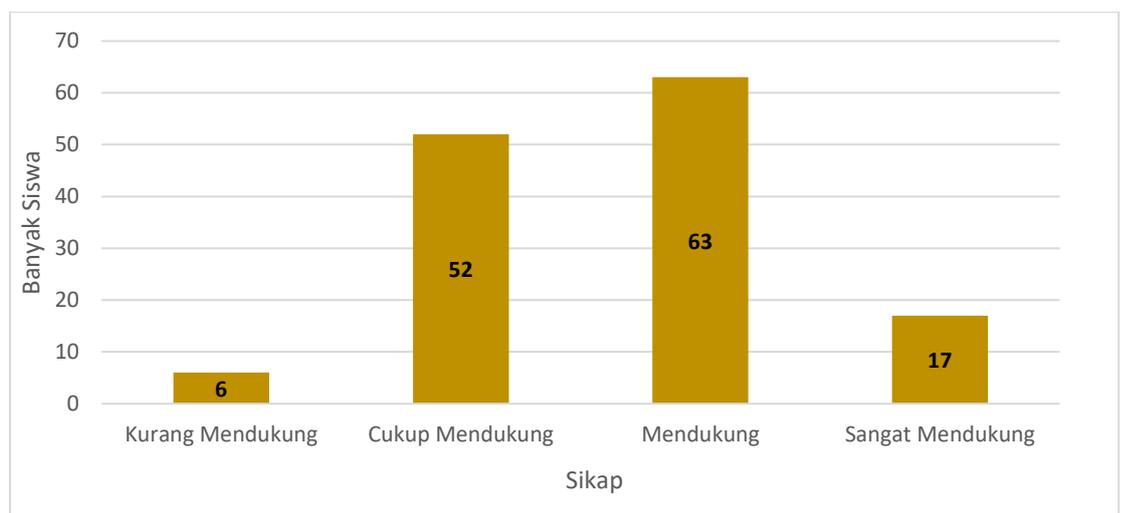
Penelitian ini mencakup tiga variabel yaitu dua variabel bebas terdiri atas *influencer* (X_1) dan motivasi berprestasi (X_2) serta satu variabel tak bebas (Y), yaitu kesadaran berolahraga siswa generasi-Z. Penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 5 Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Nyi Pembayun Nomor 39, Prenggan, Kecamatan Kotagede, Yogyakarta. Sekolah beroperasi sejak 21 Juli 1952 berdasarkan Surat Keterangan Izin Operasional: 3694/B, tanggal 27 Oktober 1949 dengan Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20403180. Pada tahun ajaran 2022/2023 sekolah ini beroperasi lima hari kerja per minggu.

Data hasil penelitian yang terdiri atas tiga variabel diperoleh secara acak insidental dari siswa kelas satu atau kelas dua, dengan cara membagikan tautan instrumen penelitian kepada para ketua kelas untuk diteruskan kepada teman-teman sekelasnya. Instrumen penelitian dikemas dalam bentuk *google form* untuk memudahkan pengumpulan data penelitian. Siswa kelas tiga tidak dilibatkan karena pada saat penyebaran instrumen telah memasuki masa penilaian akhir semester. Banyaknya siswa yang memberikan respons balik atas angket yang diedarkan ada 138 siswa generasi-Z. Jumlah item angket untuk tiap-tiap variabel setelah melalui proses uji validitas terdiri atas 23 item untuk variabel *influencer*, 20 item variabel motivasi berprestasi, dan 20 item variabel kesadaran berolahraga.

1. Deskripsi Singkat Data Variabel *Influencer*

Deskripsi data ini untuk menginformasikan kategori sikap-sikap siswa generasi-Z atas variabel *influencer* yang kehadirannya dirasakan ada di sekitarnya. Sikap *influencer* dikategorikan menjadi empat kategori yaitu sangat mendukung, mendukung, cukup mendukung, dan kurang mendukung. Penetapan kategori tersebut didasarkan pertimbangan pada luasan daerah yang dapat dicermati pada tabel distribusi normal, yaitu masing-masing 25 – 27 persen di bagian ujung kiri (kurang mendukung) dan di bagian ujung kanan (sangat mendukung) dan sekitar 50 persen lainnya di bagian tengah di sebelah kiri–kanan dari nilai rata-rata. Distribusi respons siswa atas keberadaan *influencer* dalam kehidupan dunia digital dapat diperhatikan pada Gambar 3 di bawah ini.

Gambar 3. Distribusi Respons Siswa Generasi-Z terhadap *Influencer*



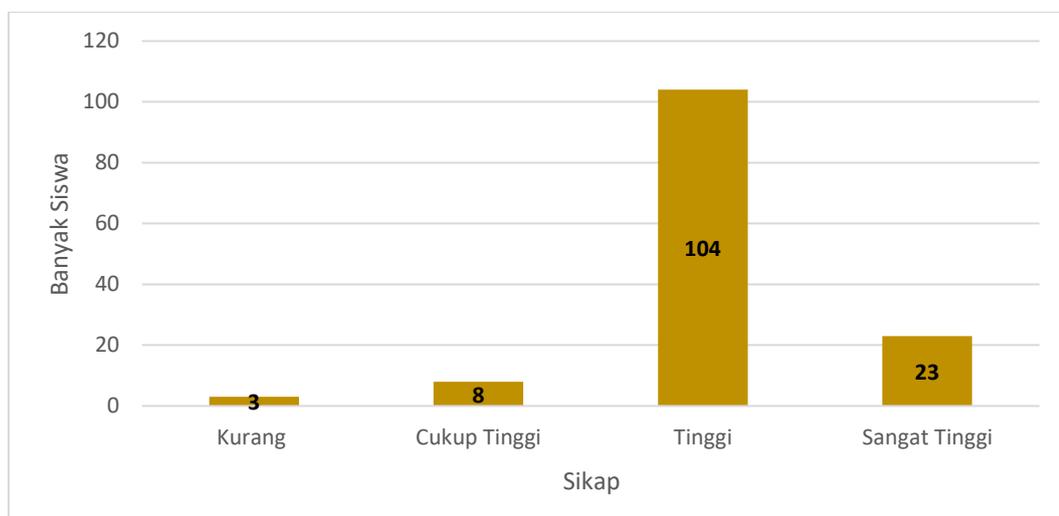
Dari hasil analisis deskriptif variabel *influencer* dapat dikemukakan data tentang jumlah siswa generasi-Z yang merespons instrumen ada sebanyak 138 orang. Jumlah item instrumen *influencer* adalah 23 pernyataan, dengan skor

tertinggi 92, dan skor terendah 41. Ada sebanyak 4.35 persen siswa generasi-Z yang kurang mendukung *influencer* di sekitar lingkungannya, 37.68 persen cukup mendukung, 45.65 persen mendukung, dan 12.32 persen sangat mendukung *influencer*. Dengan mencermati Gambar 3 di atas dapat dipahami bahwa sebaran data respons siswa generasi-Z untuk instrumen *influencer* tersebar secara normal.

2. Deskripsi Singkat Data Variabel Motivasi Berprestasi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data variabel motivasi berprestasi dapat dikemukakan bahwa banyaknya siswa generasi-Z yang memberikan respons instrumen ada sebanyak 138 orang. Jumlah item instrumen motivasi berprestasi adalah 20 pernyataan, dengan skor tertinggi 80, dan skor terendah 20. Sebaran data respons motivasi berprestasi siswa generasi-Z terlihat pada gambar berikut.

Gambar 4. Distribusi Data Respons Motivasi Berprestasi Siswa Generasi-Z



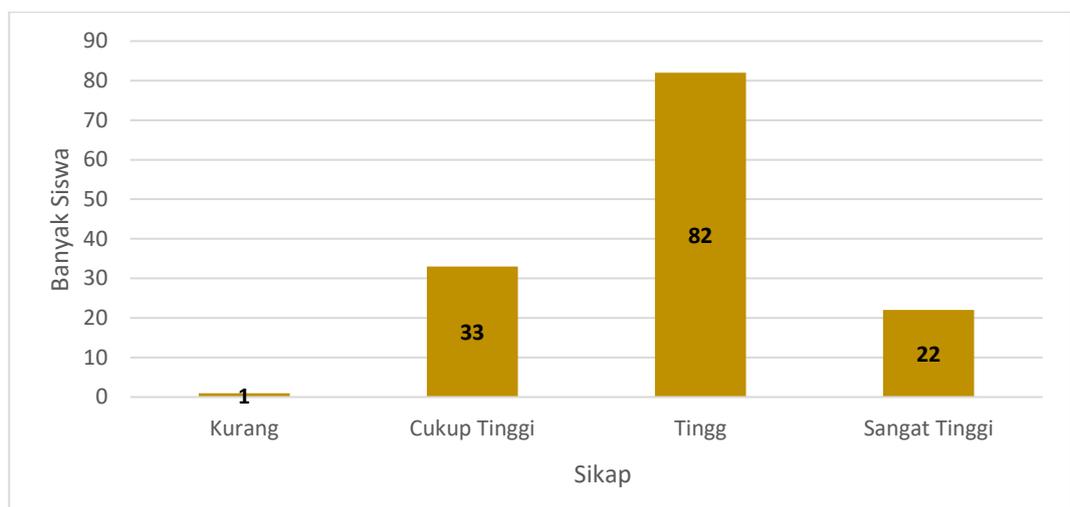
Berdasarkan data pada gambar di atas dapat dikemukakan ada sebanyak 2,17 persen siswa generasi-Z yang dikategorikan mempunyai motivasi berprestasi kurang, 5,79 persen yang mempunyai motivasi berprestasi dengan

kategori cukup tinggi, 75.36 persen mempunyai motivasi berprestasi dengan kategori tinggi, dan selebihnya ada 16.67 persen dari siswa generasi-Z yang mempunyai motivasi berprestasi sangat tinggi. Dengan distribusi data sebagaimana terlihat pada Gambar 4 tersebut dapat dipahami bahwa sebaran data respons siswa generasi-Z untuk instrumen motivasi berprestasi tersebar secara normal.

3. Deskripsi Singkat Data Variabel Kesadaran Berolahraga

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data variabel kesadaran berolahraga dapat dikemukakan bahwa banyaknya siswa generasi-Z yang memberikan respons instrumen ada sebanyak 138 orang. Jumlah item instrumen kesadaran berolahraga ada 20 pernyataan, dengan skor tertinggi 80, dan skor terendah 23.

Gambar 5. Distribusi Respons Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z



Dari gambar di atas dapat diketahui ada sebanyak 0,72 persen siswa generasi-Z yang dikategorikan mempunyai kesadaran berolahraga kurang, 23,91 persen yang mempunyai kesadaran berolahraga dengan kategori cukup

tinggi, 59.42 persen mempunyai kesadaran berolahraga dengan kategori tinggi, dan selebihnya ada 15.94 persen dari siswa generasi-Z yang mempunyai kesadaran berolahraga sangat tinggi. Dengan memperhatikan distribusi data kesadaran berolahraga pada Gambar 5 di atas, dapat dikemukakan bahwa sebaran data respons siswa generasi-Z untuk instrumen kesadaran berolahraga tersebar secara normal.

B. Hasil-Hasil Penelitian

Pada bagian pelaporan hasil-hasil penelitian ini diawali dengan melakukan analisis data menggunakan rumus statistik parametrik. Menurut Pujiyanto (2015, p. 4) statistik parametrik merupakan metode pengujian data dalam statistik inferensial, yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil pengujian data sampel ini dijadikan untuk kesimpulan yang berlaku bagi populasi. Ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi dalam penggunaan statistik parametrik, yaitu data diambil secara random, data berskala interval atau rasio, data berdistribusi normal, memiliki varians yang sama (homogen).

Sebagaimana dikemukakan di BAB III, data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan angket skala Likert. Data yang dikumpulkan berskala ordinal, sehingga data penelitian perlu ditransformasi ke dalam data berskala interval Pujiyanto (2015, p. 4). Proses transformasi data dari skala ordinal menjadi interval menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dengan formula telah tersedia di dalamnya. Pemenuhan syarat normalitas dan homogenitas kelompok data pada variabel-variabel dengan skala data interval memungkinkan untuk melakukan uji berikutnya menggunakan statistik parametrik.

1. Uji Asumsi Penggunaan Statistik Parametrik

Sebelum pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis statistik parametrik, khususnya penggunaan teknik korelasi untuk mengetahui hubungan antar variabel, setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi. Kelompok data harus tersebar normal, dan kelompok-kelompok data yang diamati memenuhi syarat homogenitas.

a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui kenormalan distribusi data dari variabel-variabel penelitian. Perhitungan normalitas data ini menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, dengan bantuan aplikasi komputer program SPSS Versi 22.0. Rumusan hipotesis uji normalitas dinyatakan seperti berikut.

H_0 = Data berdistribusi normal

H_a = Data tidak berdistribusi normal

Distribusi data dikatakan normal apabila nilai signifikansi hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS Versi 22.0 lebih besar dari nilai signifikansi $p_{\text{-tabel}}$ ditetapkan sebesar 0,05 (Ghozali, 2018, pp. 161-167). Ketentuan untuk penerimaan hipotesis nol di atas menggunakan aturan berikut.

- 1) Jika nilai $\text{Sig.} = p_{\text{hitung}} > 0,05$, H_0 dapat diterima artinya sebaran skor variabel yang diuji tersebut tersebar normal.
- 2) Jika $\text{Sig.} = p_{\text{hitung}} < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya sebaran skor variabel tersebut dinyatakan tidak normal.

Hasil perhitungan data dari ketiga variabel dengan aplikasi SPSS versi 22.0 dinyatakan pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Normalitas Data

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|-----------------------|---------------------------------|-----|------|
| | Statistic | df | Sig. |
| <i>Influencer</i> | .077 | 138 | .043 |
| Motivasi Berprestasi | .091 | 138 | .007 |
| Kesadaran Berolahraga | .119 | 138 | .000 |

Berdasarkan tampilan hasil perhitungan pada Tabel 5 dapat dikemukakan sebagai berikut.

- 1) Data variabel *influencer* berdistribusi tidak normal, karena nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.043 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau nilai Sig. = $p_{hitung} = 0.043 < 0.050$
- 2) Data variabel motivasi berprestasi berdistribusi tidak normal, karena nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.007 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau nilai Sig. = $p_{hitung} = 0.007 < 0.050$
- 3) Data variabel *influencer* berdistribusi tidak normal, karena nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi p_{tabel} ditetapkan sebesar 0.05 atau nilai Sig. = $p_{hitung} = 0.000 < 0.050$

Jika memperhatikan sebaran data pada Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5, terlihat bahwa sebaran data tersebut cenderung tersebar secara

normal. Selain itu, jumlah sampel penelitian adalah 138 siswa termasuk kategori sampel besar. Berdasarkan pertimbangan tersebut, untuk mengolah data penelitian ditetapkan dengan menggunakan analisis parametrik, apabila kelompok-kelompok datanya memenuhi syarat homogenitas.

b. Uji Homogenitas untuk Tiga Variabel Penelitian

Uji homogenitas pada penelitian ini untuk memperlihatkan bahwa tiga kelompok data sampel (*influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran olahraga) berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Dengan kata lain, uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa himpunan data yang sedang diteliti memiliki karakteristik yang sama atau tidak. Pada penelitian ini, karena banyaknya data dari ketiga kelompok sama, yaitu 138 data (Tabel 6), maka pengujian homogenitas menggunakan Uji Levene berbantuan aplikasi SPSS versi 22.0.

Tabel 6. Ringkasan Banyak Sampel Tiap-tiap Variabel

| | | Cases | | | | | |
|--------|----------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | | Valid | | Missing | | Total | |
| | Kelompok Sikap | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Skor | Influencer | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |
| Respon | Motivasi Berprestasi | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |
| | Kesadaran Olahraga | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |

Untuk pengujian homogenitas varians, berikut ini dikemukakan rumusan hipotesisnya menggunakan pernyataan berikut.

H_0 = Data ketiga kelompok variabel mempunyai variansi sama

H_a = Data ketiga kelompok variabel ada yang berbeda variansinya

Kelompok data dikatakan homogen apabila nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari nilai signifikansi p_{tabel} ditetapkan sebesar 0,05. Ketentuan untuk penerimaan hipotesis nol tersebut menggunakan aturan berikut.

- 1) Jika *nilai Sig.* = $p_{\text{hitung}} > 0,05$, H_0 dapat diterima artinya variansi data dari tiga variabel yang diuji tersebut sama (homogen).
- 2) Jika *nilai Sig.* = $p_{\text{hitung}} < 0,05$, H_0 ditolak artinya variansi data dari tiga variabel yang diuji tersebut ada yang tidak sama (tidak homogen).

Hasil perhitungan homogenitas data dari ketiga variabel dengan aplikasi SPSS versi 22.0 dinyatakan pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Homogenitas Varian

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| .062 | 2 | 411 | .940 |

Berdasarkan tampilan hasil perhitungan uji homogenitas pada Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa variansi data dari variabel-variabel *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga homogen. Kesimpulan tersebut didasarkan pada nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.940 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 atau nilai nilai $\text{Sig.} = p_{\text{hitung}} = 0.940 > 0.05$. Hasil perhitungan uji homogenitas menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0 secara lebih lengkap terdapat pada Lampiran 15.

2. Analisis Korelasi antar-Variabel

Untuk menjawab rumusan masalah satu hingga masalah ketiga, rumus statistik yang digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment*. Teknik korelasi ini untuk menentukan hubungan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel, dengan syarat data kedua variabel berskala interval, dan keduanya berasal dari sumber yang sama (Sugiyono, 2008, p. 228).

a. Analisis Korelasi Sederhana

Pada bagian ini, teknik korelasi sederhana *Product Moment* digunakan untuk menentukan hubungan antarvariabel, dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0 Hasil perhitungannya ditampilkan pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Hasil Uji Korelasi Sederhana Teknik *Product Moment*

| | | <i>Influencer</i> | Motivasi Berprestasi | Kesadaran Berolahraga |
|-----------------------|----------------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|
| <i>Influencer</i> | <i>Pearson Correlation</i> | 1 | .701** | .661** |
| | <i>Sig. (2-tailed)</i> | | .000 | .000 |
| | N | 138 | 138 | 138 |
| Motivasi Berprestasi | <i>Pearson Correlation</i> | .701** | 1 | .812** |
| | <i>Sig. (2-tailed)</i> | .000 | | .000 |
| | N | 138 | 138 | 138 |
| Kesadaran Berolahraga | <i>Pearson Correlation</i> | .661** | .812** | 1 |
| | <i>Sig. (2-tailed)</i> | .000 | .000 | |
| | N | 138 | 138 | 138 |

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

Kriteria untuk menetapkan hubungan antara kedua variabel dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika nilai signifikansi hasil perhitungan (p_{hitung} atau *Sig. (2-tailed)*) lebih kecil dari nilai signifikansi p_{tabel} yang ditetapkan sebesar 0.05 atau *Sig. (2-tailed)* < 0.05 , dapat diambil keputusan untuk menolak H_0 dan menerima H_a .
- 2) Jika terjadi keadaan nilai signifikansi hasil perhitungan (p_{hitung} atau *Sig. (2-tailed)*) lebih besar dari nilai signifikansi (p_{tabel}) yang ditetapkan sebesar 0.05 atau *Sig. (2-tailed)* > 0.05 , dapat diambil keputusan menerima H_0 dan menolak H_a .

Pada luaran hasil uji korelasi sebagaimana terlihat pada Tabel 9 terdapat bilangan koefisien yang disebut dengan *Person Correlation* atau Koefisien korelasi (r). Kuadrat dari koefisien korelasi disebut dengan koefisien determinasi (r^2). Koefisien itu untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel tidak bebas melalui perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Dengan kata lain, perubahan yang terjadi pada variabel bebas (r), memberikan sumbangan sebesar (r^2) kepada variabel tidak bebas (Sugiyono, 2008, p. 231).

b. Analisis Hubungan antara *Influencer* dan Kesadaran Berolahraga

Hipotesis pada masalah penelitian pertama yang diuji dirumuskan seperti berikut.

H_0 : Tidak ada hubungan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga.

H_a : Ada hubungan yang signifikan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga.

Dengan menerapkan kriteria untuk menetapkan hubungan antara variabel *influencer* dan kesadaran berolahraga di atas dan memperhatikan nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.00, serta membandingkan dengan nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05, diketahui bahwa nilai signifikansi perhitungan *Sig. (2-tailed)* < 0.05. Berarti dapat diambil keputusan untuk menolak hipotesis nol. Kesimpulannya ada hubungan yang signifikan antara variabel *influencer* dan kesadaran berolahraga.

Dari Tabel 8 diketahui pula besarnya koefisien korelasi antara dua variabel *influencer* dan kesadaran berolahraga sebesar $r = 0.661$. Derajat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut ditetapkan berdasarkan pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi yang terdapat pada Tabel 4. Dengan koefisien korelasi $r = 0.661$ berarti hubungan antara variabel *influencer* dan kesadaran berolahraga pada kategori kuat.

Sumbangan dari variabel *influencer* pada variabel kesadaran berolahraga ditetapkan dengan menghitung nilai koefisien determinasi (r^2) dengan cara mengkuadratkan dari koefisien korelasi r . Jadi, besarnya koefisien determinasi = $r^2 = (0.661)^2 = 0.4369$. Dengan demikian, kesadaran berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta 43.69 persen ditentukan oleh keberadaan *influencer* yang diikutinya.

c. Analisis Hubungan antara Motivasi Berprestasi dan Kesadaran Berolahraga

Hipotesis pada masalah penelitian kedua yang diuji dirumuskan seperti berikut.

H₀: Tidak ada hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga.

H_a: Ada hubungan yang signifikan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga.

Dengan menerapkan kriteria untuk menetapkan hubungan antara variabel motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga di atas dan memperhatikan nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0.00 serta membandingkan dengan nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05, diketahui bahwa nilai signifikansi perhitungan *Sig. (2-tailed)* < 0.05. Berarti dapat diambil keputusan untuk menolak hipotesis nol. Kesimpulannya: terdapat hubungan yang signifikan antara variabel motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga.

Dari Tabel 8 diketahui pula besarnya koefisien korelasi antara dua variabel motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga sebesar $r = 0.812$. Derajat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut ditetapkan berdasarkan pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi yang terdapat pada Tabel 4. Dengan koefisien korelasi $r = 0.812$ berarti hubungan antara variabel motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga pada kategori sangat kuat.

Sumbangan dari variabel motivasi berprestasi pada variabel kesadaran berolahraga ditetapkan dengan menghitung nilai koefisien determinasi (r^2) dengan cara mengkuadratkan dari koefisien korelasi (r). Jadi, koefisien determinasinya = $r^2 = (0.812)^2 = 0,6593$. Dengan demikian, kesadaran

berolahraga para siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta 65.93 persen ditentukan oleh kekuatan motivasi berprestasi pada diri yang bersangkutan.

d. Analisis Korelasi Berganda

Pada Pada bagian ini, untuk menganalisis korelasi bersama antara dua variabel bebas yaitu *influencer* dan motivasi berprestasi, dan satu variabel tak bebas yaitu kesadaran berolahraga menggunakan cara perhitungan Korelasi Berganda dengan rumus statistik berikut.

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx1} + r^2_{yx2} - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{x1x2}}{1 - r^2_{x1x2}}}$$

Dengan:

R_{yx1x2} = Korelasi antara *influencer* dan motivasi berprestasi bersama-sama dengan kesadaran berolahraga

r_{yx1} = korelasi *product moment* antara *influencer* dengan kesadaran berolahraga

r_{yx2} = korelasi *product moment* antara motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga

r_{x1x2} = korelasi *product moment* antara *influencer* dengan motivasi berprestasi

Analisis dengan cara statistik tersebut diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian nomor tiga sebagaimana disebutkan pada awal paragraph. Untuk menghemat waktu, dan keakuratan hasil perhitungan, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0

Hipotesis pada masalah penelitian keempat yang diuji dirumuskan seperti berikut.

H₀: Tidak ada hubungan secara bersama-sama antara *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga.

H_a: Ada hubungan secara bersama-sama antara *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga.

Kriteria untuk menetapkan hubungan secara bersama-sama antara dua variabel bebas dan variabel tidak bebas dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika nilai signifikansi hasil perhitungan (*Sig. F Change*) lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 (*Sig. F Change* < 0.05), diambil keputusan untuk menolak H₀ dan menerima H_a.
- 2) Jika terjadi keadaan nilai signifikansi hasil perhitungan lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05 (*Sig. F Change* > 0.05), dapat diambil keputusan menerima H₀ dan menolak H_a.

Tabel 9. Ringkasan Hasil Uji Korelasi Berganda

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | .822 ^a | .675 | .670 | 5.437 | .675 | 140.314 | 2 | 135 | .000 |

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berprestasi, *Influencer*

Tabel 9 di atas merupakan ringkasan hasil perhitungan data dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0. Untuk menentukan hubungan secara bersama-sama variabel-variabel terkait, berpedoman pada kriteria yang telah ditetapkan di atas. Dengan merujuk Tabel 9 diketahui bahwa nilai p_{hitung} atau *Sig. F Change* hasil perhitungan sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikan p_{tabel} yang ditetapkan sebesar 0.05. Berarti, *Sig. F Change* < 0.05, dengan demikian dapat diambil keputusan untuk menolak H₀.

dan menerima H_a . Kesimpulannya: ada hubungan yang signifikan secara bersama-sama antara variabel *influencer* dan motivasi berprestasi dengan variabel kesadaran berolahraga.

Berdasarkan luaran hasil perhitungan data pada Tabel 9 kolom kedua diketahui bahwa besarnya koefisien korelasi yang menyatakan hubungan signifikan secara bersama-sama antara variabel *influencer* dan motivasi berprestasi dengan variabel kesadaran berolahraga sebesar $R = 0.822$. Derajat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut ditetapkan berdasarkan pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi yang terdapat pada Tabel 4. Dengan koefisien korelasi $R = 0.822$, berarti hubungan secara bersama-sama variabel *influencer* dan motivasi berprestasi dengan variabel kesadaran berolahraga pada kategori sangat kuat.

Untuk menentukan besar sumbangan bersama variabel *influencer* dan motivasi berprestasi pada variabel kesadaran berolahraga tidak dilakukan secara khusus, tetapi memanfaatkan luaran hasil analisis korelasi berganda pada Tabel 9. Pada kolom ketiga tabel tersebut terdapat *R-square* (R^2) sebesar 0.822. Bilangan itu merupakan kuadrat dari koefisien korelasi, dalam hal ini oleh Sugiyono (2008, p. 231), R^2 disebut dengan koefisien determinasi. Koefisien itu menjadi penentu untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel tidak bebas melalui perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Dengan demikian, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.822 memberikan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.6757. Hal itu berarti bahwa variabel *influencer* dan motivasi berprestasi secara bersama-

sama memberikan sumbangan pada variabel kesadaran berolahraga sebesar 67.57 persen. Adapun 32.43 % lain disumbang oleh variabel-variabel lain yang tidak menjadi fokus pengamatan pada penelitian ini.

C. Pembahasan

Pada bagian subbab pembahasan ini dikemukakan tentang hasil-hasil penelitian yang telah dikemukakan pada subbab analisis data penelitian untuk dibahas dan disandingkan dengan hasil-hasil penelitian penelitian sebelumnya yang relevan.

1. Hubungan antara *Influencer* dan Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta

Kádeková, Holienčinová, (2018, pp. 90-105) mengemukakan bahwa *influencer* media sosial semakin mendapatkan tempat terhormat di dunia internet dengan karya dan perilaku kehadiran mereka yang luar biasa. Pesan dan pendapat para *influencer* memiliki dampak yang luas dan kuat pada masyarakat, terutama pada generasi muda. Kehadiran mereka dapat ditandai sebagai fenomena modern yang telah tercatat meningkat pesat dalam kerja sama dengan agensi pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Semakin banyak orang bahkan perusahaan yang mengikuti *influencer* agar tidak ketinggalan kontennya. Berbagai kalangan, merek aneka produk perusahaan bahkan lembaga yang berlomba-lomba untuk disebut-sebut, diulas, dan direkomendasi oleh *influencer* papan atas. Meskipun pemasaran *influencer* merupakan strategi yang relatif baru, itu terus menjadi solusi yang dapat diterapkan bagi tim pemasaran yang biasa berpikir di luar kebiasaan saat menjalin hubungan dengan pasar targetnya.

Fakta yang ditemukan pada penelitian ini menjadi bukti bahwa *influencer* yang belakangan ini bermunculan di media sosial dapat diterima dengan baik kehadirannya di kalangan para muda generasi-Z. Hal yang sama juga dikemukakan pada penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2023, pp. 852-855) dengan menyatakan bahwa *influencer* telah bermunculan sebagai cara yang populer dan efektif untuk memengaruhi para pengikutnya. Temuan penelitian oleh Rahman tersebut menunjukkan bahwa pengikut memandang bahwa penawaran dan presentasi *influencer* secara positif lebih dapat dipercaya dan menarik daripada bentuk iklan tradisional. *Influencer* media sosial cenderung lebih dapat memengaruhi konsumen yang lebih muda, sedangkan konsumen yang lebih tua mungkin lebih berhati-hati. Penawaran oleh *influencer* dapat lebih efektif dalam mempromosikan produk termasuk aksesoris atau atribut olahraga, atau perjalanan, karena *influencer* sering memiliki pengikut yang setia. Pada penelitian ini para siswa generasi-Z sebagai pengikut setia pada giliran berikutnya juga dapat berperan menjadi *influncer*. Orang-orang yang akrab bermedia sosial dapat berperan menjadi *influencer*, seperti: *blogger*, *youtuber*, *public figure*, kalangan selebritas, atlet, seniman, akademisi, guru atau *coach*, dan teman-teman sekolah atau individu yang dianggap penting bagi suatu komunitas.

Penelitian-penelitian yang sejalan telah dilakukan dan dipublikasikan sebelumnya, seperti penelitiannya Purnomo, Dida, Setianti, et al., (2022, p. 287) mengemukakan adanya hubungan antara aktifitas media sosial terhadap kesadaran *brand* dan loyalitas *brand*. Hasil penelitian itu memberikan implikasi bahwa penggunaan sosial media merupakan pengaruh penting untuk meningkatkan

kesadaran dan juga loyalitas seseorang terhadap *brand*. Menurut Medhiatika (2023, p. 257) *influencers* dengan media sosialnya memegang peranan penting dalam promosi digital karena penyampaian informasi dengan media ini dapat mempengaruhi pengikutnya dalam pengambilan keputusan. Saran bagi pengguna *influencer* agar memilih *influencers* yang tepat, dengan jumlah pengikut yang sangat banyak agar paparan ulang melalui akun *influencers* dapat diterima oleh pengikutnya. Media sosial dijadikan wahana untuk mengembangkan *personal branding* karena kredibel dan mempunyai kemampuan membangun persepsi positif dalam pikiran pengikutnya (Widaningsih, Santoso, dan Fahmi; 2021, p. 45).

Penelitian Laelian dan Widodo, (2021, p. 857) dengan tujuan mengungkapkan pengaruh *social media marketing activity* (SMMA) melalui instagram terhadap *brand awareness*, *brand image* dan respon konsumen suatu produk. Temuan penelitian Laelian dan Widodo sebagai berikut: (1) penggunaan SMMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Itu berarti aktifitas pemasaran melalui sosial media (Instagram) dapat membangun *brand awareness* pelanggan atau pengikutnya. (2). penggunaan SMMA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Temuan ini berarti aktifitas pemasaran melalui sosial media (*instagram*) dapat meningkatkan *brand image* bagi pelanggan atau pengikutnya. (3). *Brand awareness* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *commitment* pengikutnya. Penelitian yang sejenis diperkuat oleh Ramadhani, Jumhur, Dharmoputra, (2019, p. 2319) dengan mengemukakan bahwa aktifitas pemasaran media sosial Instagram (*trendiness*, *advertisement*, dan

customization) berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness followers*, dan berpengaruh signifikan terhadap *brand image followers*.

Dari hasil penelitian Samuel dan Setiawan (2018, p. 51) dapat dikemukakan analoginya bahwa promosi yang dilakukan *influencer* melalui sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pengikutnya. Berbagai bentuk penawaran dan pembentukan pemahaman tentang produk, program atau proyek bertujuan agar konsumen atau pengikutnya dapat membedakan dengan produk penawaran kegiatan olahraga yang lainnya. Promosi yang dilakukan melalui sosial media juga memiliki pengaruh yang signifikan pada kesadaran merek atau *brand awareness*. Melalui promosi dalam bentuk informasi baik *Instagram*, *Facebook*, atau *Twitter* tentang suatu produk melalui media sosial dapat membentuk sebuah kesadaran bagi pengikutnya. Dengan demikian dapat dipahami jika pada penelitian ini ditemukan hubungan yang signifikan dan sangat kuat antara *influencer* dan kesadaran berolahraga. Para siswa generasi-Z dapat mempercayai *influencer* yang diikutinya, dari pada penawaran atau ajakan secara tradisional.

2. Hubungan antara Motivasi Berprestasi dan Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta

Kajian tentang motivasi berprestasi telah banyak dilakukan dan dipublikasi di berbagai jurnal oleh para peneliti. Adapun kajian motivasi berprestasi dalam kaitannya dengan kesadaran berolahraga masih jarang ditemukannya, dan itu berarti belum banyak dilakukan penelitiannya. Salah satu penelitian tentang motivasi berprestasi dilakukan oleh Sungkawa, Yudho, Dapa, et al. (2022, p. 181) dalam kaitan dengan rasa percaya diri. Kepercayaan diri perlu dimiliki oleh

seseorang yang ingin mencapai suatu prestasi yang diinginkan. Menurut Fitri, Zola, & Ifdil, (2018, p.1) kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berfungsi mendorong siswa untuk meraih kesuksesan yang dibentuk melalui proses belajar dan berlatih dalam interaksinya dengan lingkungan.

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk menyelidiki hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa motivasi berprestasi yang tinggi dapat berkontribusi positif terhadap kesadaran berolahraga siswa, karena untuk mencapai prestasi sebagai tujuan dalam berolahraga memerlukan dorongan baik dari luar maupun dari diri sendiri. Selain itu, kesadaran berolahraga juga dapat meningkatkan motivasi berprestasi. karena siswa akan merasa lebih percaya diri dalam mencapai tujuan mereka. Namun, penelitian tentang hubungan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga bagi siswa generasi-Z masih menjadi topik penelitian yang relatif baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Shafiee, et al. (2012, p. 20) menunjukkan bahwa motivasi berprestasi dan kepercayaan diri saling mempengaruhi satu sama lain pada kegiatan berolahraga. Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi pada dirinya, yang bersangkutan mempunyai kecenderungan untuk berpartisipasi dalam kegiatan olahraga secara konsisten. Selain itu, Lieberman, et al. (2011, pp. 747-756) juga mengemukakan bahwa kepercayaan diri yang tinggi pada diri seseorang berkaitan positif dengan peningkatan aktivitas fisik, seperti kegiatan berolahraga. Selain itu, kesadaran berolahraga yang tinggi juga akan memperkuat motivasi berprestasi dan

kepercayaan diri seseorang. Seseorang yang sadar akan pentingnya olahraga dan merasa terlibat dalam kegiatan olahraga cenderung memiliki motivasi berprestasi lebih tinggi dan meningkatkan kepercayaan dirinya dalam mengambil tindakan untuk berolahraga secara teratur (Goh, et al., 2015, pp. 129-138).

Secara keseluruhan, motivasi berprestasi, kepercayaan diri, dan kesadaran berolahraga memiliki pengaruh yang signifikan satu sama lain. Penelitian-penelitian pada topik ini menunjukkan bahwa motivasi berprestasi dan kepercayaan diri saling mempengaruhi pada aktivitas fisik, sementara kesadaran berolahraga dapat memperkuat keduanya. Oleh karena itu, meningkatkan motivasi berprestasi dan kepercayaan diri seseorang juga dapat meningkatkan kesadaran berolahraganya, dan sebaliknya (Hale & Hannum, 2018, pp. 266-277).

Penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan yang erat dan signifikan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga. Besarnya koefisien korelasi Pearson sebesar 0.812 ini memberikan nilai koefisien determinasi (Sugiyono, 2008, p. 231) sebesar 0.6593. Hal itu menunjukkan besar sumbangan variabel motivasi berprestasi kepada kesadaran berolahraga sebesar 65.93 persen. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan Umam, Utami, dan Soeharto, (2020, pp. 241-247) yang menyimpulkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel motivasi berprestasi dengan disiplin latihan pada remaja dalam cabang pencak silat Perisai Diri Yogyakarta. Semakin bertambah tinggi skor variabel motivasi berprestasi para remaja atlet pencak silat, diikuti oleh semakin tingginya skor variabel disiplin dalam berlatih pencak silat. Keeratan hubungan positif antara variabel motivasi berprestasi dengan variabel disiplin berlatih r_{xy}

sebesar 0,778; dengan koefisien korelasi tersebut variabel motivasi berprestasi memberi sumbangan efektif terhadap tingkat disiplin berlatih sebesar 60,5% dan sisanya disumbang oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus penelitian ini.

Perbedaan istilah disiplin latihan dan kesadaran berolahraga pada kedua penelitian memiliki peran penting dalam upaya peningkatan kesehatan melalui olahraga. Istilah disiplin latihan mengacu pada kemampuan seseorang untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam program latihan atau olahraga. Dalam hal ini, seseorang harus memiliki dorongan meluangkan waktu dan energi untuk latihan secara teratur serta mengikuti program latihan dengan benar. Dengan disiplin yang baik, seseorang dapat mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan dalam olahraga. Adapun, kesadaran berolahraga mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami dan merasakan efek dari aktivitas fisik yang dilakukan. Dalam hal ini, seseorang harus mengembangkan kemampuan untuk merasakan tubuhnya, memahami kebutuhan tubuhnya, serta mengenali batas-batas kemampuan tubuhnya. Dengan melakukan olahraga secara sadar, seseorang dapat meminimalisir risiko cedera dan meningkatkan efektivitas dari program latihannya (Kooiman, Hendriks, Wittink, et.al., 2013, pp. 221-229). Jadi, istilah-istilah tersebut berperan penting dalam menjalankan program latihan atau olahraga dengan benar dan efektif.

3. Hubungan *Influencer* dan Motivasi Berprestasi secara Bersama-sama dengan Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z SMA Negeri 5 Yogyakarta

Kesadaran berolahraga merupakan salah satu sikap individu pada siswa termasuk generasi Z, dan sikap itu dapat mempengaruhi kehidupan dan kesehatan

mereka. Sikap positif individu terhadap kehidupan yang sehat dapat membawa aktivitas fisik dengan berorientasi masa depan dengan menjauhi hal-hal yang dapat membahayakan dirinya (Kalkan, 2022, p. 336). Salah satu wadah untuk mengembangkan sikap individu terhadap kehidupan yang sehat sejak dini usia adalah pelajaran olahraga di sekolah. Menurut Capel & Piotrowski (Kalkan, 2022, p. 336), kelas olahraga mencakup kegiatan pelatihan yang mengatur perkembangan dan berfungsinya keharmonisan antara otot dan sendi, meningkatkan nilai-nilai struktural dan fungsional tubuh siswa, dan berkontribusi pada penggunaan kekuatan tubuhnya secara efisien. Dalam konteks ini, dapat dikemukakan bahwa para siswa generasi Z sebagai individu memiliki kesadaran atas perkembangan positif untuk mengadopsi gaya hidup sehat dan pendidikan nilai.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk. (2020, pp. 67-72), *influencer* dapat berperan besar dalam meningkatkan motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z. Dalam kaitannya dengan olahraga, *influencer* olahraga dapat memengaruhi motivasi siswa generasi-Z untuk berolahraga melalui pemanfaatan media sosial. *Influencer* olahraga dapat membantu dalam membentuk pola pikir siswa generasi-Z tentang pentingnya berolahraga dan gaya hidup sehat. Pada akhirnya, motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga dapat dicapai secara aktif dengan adanya dukungan dari *influencer* olahraga. Siswa generasi-Z dapat diilhami oleh mereka untuk menjadi lebih aktif dan menjalani gaya hidup yang sehat.

Penelitian Lim, Ahmed, dan Bashar (2020, pp. 275-282) mengeksplorasi pengaruh media sosial terhadap aktivitas fisik dan kebiasaan makan sehat dengan

melibatkan 222 subjek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan yang menggunakan media sosial untuk menerima informasi dari *influencer* tentang olahraga dan makanan sehat lebih cenderung mempraktikkan gaya hidup sehat dibandingkan dengan mereka yang tidak menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial yang diberdayakan oleh *influencer* dapat berperan penting dalam mempromosikan gaya hidup sehat. Adapun penelitian Hutchison, Wilson, and Haddock, (2021, pp. 924-939) melihat hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi dalam olahraga serta kepercayaan terkait dengan latihan fisik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berhubungan dengan partisipasi dalam olahraga dan latihan fisik. Selain itu, penggunaan media sosial juga berhubungan dengan keyakinan pribadi dalam berolahraga dan percaya bahwa olahraga memiliki manfaat yang positif. Berdasarkan kedua penelitian tersebut dapat ditarik benang merahnya bahwa penggunaan media sosial dapat memengaruhi kesadaran berolahraga dan kebiasaan makan sehat melalui informasi yang disajikan oleh *influencer*. Penggunaan media sosial juga berhubungan dengan peningkatan partisipasi dalam olahraga dan latihan fisik serta keyakinan pribadi dalam berolahraga.

Berdasarkan deskripsi dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti dapat dikemukakan bahwa hasil penelitian ini menambah dan memperkuat penelitian terdahulu serta memperluas cakrawala pengetahuan keolahragaan di era digital. Pemilihan variabel *influencer* dengan fokus pada penelitian ini merupakan unsur untuk memperluas cakrawala pengetahuan keolahragaan mengingat masih langkanya rujukan-rujukan tentang *influencer*

olahraga. Hubungan yang signifikan dengan derajat yang sangat kuat antara dua variabel bebas (*influencer* dan motivasi berprestasi) terhadap variabel kesadaran berolahraga didukung oleh hasil perhitungan koefisien korelasi berganda sebesar 0.822. Dengan koefisien korelasi tersebut, berarti variabel (*influencer* dan motivasi berprestasi) menyumbang kepada variabel kesadaran berolahraga sebesar 0.6757 atau 67.57 persen. Hal itu menunjukkan bahwa variabel *influencer* dan motivasi berprestasi merupakan faktor penting atas keberadaan variabel kesadaran berolahraga. Penguatan dan penurunan kesadaran berolahraga siswa-siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.

D. Keterbatasan Penelitian

Kegiatan penelitian ini telah dilakukan dalam waktu panjang dan direncanakan dengan memperhatikan dan masukan dari berbagai pihak, namun dalam penulisannya tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan yang menjadi penghambat. Beberapa kekurangan atau keterbatasan tersebut meliputi:

1. Keterbatasan waktu pada saat pengumpulan data menghadapi kendala dalam penetapan sampel uji coba maupun pengumpulan data penelitian. Hambatan yang dihadapi adalah para responden bertepatan memasuki masa libur sekolah karena menjelang liburan dan setelah perayaan hari raya Idul Fitri, liburan masa penilaian akhir semester atau ujian akhir bagi siswa kelas dua belas, serta masa penilaian akhir semester bagi kelas sepuluh dan kelas sebelas.
2. Kendala tersebut nomor satu berdampak pada proses pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi *google form*, serta keengganan dari

pada siswa untuk memberikan respon balikan. Namun, berkat bantuan dari bapak guru pengajar olahraga hambatan tersebut dapat dikurangi sehingga masih memperoleh respons balikan sebanyak 138 siswa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah disajikan pada BAB IV berikut ini dikemukakan simpulan dari penelitian ini.

1. Ada hubungan yang signifikan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
2. Ada hubungan yang signifikan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.
3. Ada hubungan yang signifikan antara *influencer* dan motivasi berprestasi secara bersama-sama dengan kesadaran berolahraga siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi sebagai berikut.

1. Dijadikan referensi dan masukan oleh warga SMA Negeri 5 Yogyakarta, khususnya guru Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan tentang data *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga.
2. Dijadikan bahan informasi bagi guru Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan maupun orang tua siswa generasi-Z di SMA Negeri 5 Yogyakarta tentang faktor-faktor yang mendukung seseorang menyadari dirinya untuk berolahraga secara rutin.
3. Memanfaatkan dan mengolah informasi-informasi terbaru, termasuk tentang

keolahragaan, yang ditelusuri dengan mudah melalui media sosial dari *influencer* olahraga untuk menggelorakan motivasi berprestasi siswa-siswanya sehingga tumbuh kesadaran berolahraga pada dirinya demi prestasi yang lebih baik.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis dapat menyampaikan saran-saran sebagai berikut.

1. Para pendidik, pelatih atau pembina olahraga juga menjadikan dirinya sebagai *influencer* untuk menyampaikan informasi-informasi tentang keolahragaan secara rutin kepada peserta didiknya sehingga bangkit motivasi, kesadaran pada dirinya untuk mencapai prestasi yang optimal.
2. Penelitian ini masih dalam tahap kognitif, maka disarankan agar para peneliti berikutnya menindaklanjuti dengan tindak nyata untuk mengamati perilaku-perilaku kinestetik para siswa menggunakan organ-organ tubuhnya dalam koordinasi, keseimbangan, keterampilan, kekuatan, kelenturan, kecepatan, atau keakuratan terhadap rangsangan dari *influencer* yang diikutinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. H., & Dwiyantri, R. (2014). Kecerdasan emosi peserta didik pada kelas akselerasi di SMP Negeri Purwokerto. *Psycho Idea*, 12(1), 37-41. DOI: 10.30595/psychoidea.y12il.521
- Ardiyana, R. D., Akbar, Z., & Karnadi, K. (2019). Pengaruh keterlibatan orang tua dan motivasi intrinsik dengan kepercayaan diri anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2), 494-505.
- Arifin, P. S. (2018). Pentingnya kesadaran masyarakat terhadap berolahraga secara teratur pada usia produktif 20-40 tahun di Desa Paron Kecamatan Bagor Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Simki-Techsain*, 2(4), 1-8
- Arikunto, S. (2006). *Manajemen penelitian*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online generasi-Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34-44.
- Asmawiah, & Mukhtar, A. (2020). The influence of work motivation and job satisfaction on employee performance. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 388-401.
- Awalia, I. (2019). Pengaruh motivasi berprestasi terhadap manajemen waktu dalam menggunakan smartphone (Studi pada mahasiswa Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi FUHUM UIN Walisongo. *Tesis*, tidak diterbitkan, UIN Walisongo, Semarang.
- Awan, R. N., Ghazala, N., & Anjum, N. (2011). A study of relationship between achievement motivation, academic self concept and achievement in english and mathematics at secondary level. *International Education Studies*, 4(3), 72-79.
- Azwar, S. (2011). *Sikap manusia teori dan pengukurannya* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.
- Bergkvist, L., & Zhou, K. Q. (2016). Celebrity endorsements: A literature review

- and research agenda. *International Journal of Advertising*, 35(4), 642–663.
- BPS. (2020). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Brown, D., & Fiorella, S. (2014). Influence marketing: How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing. *Choice Reviews Online*, 51(05), 1-227.
- Castillo, E. A., Bird, M. D., & Chow, G. M. (2020). Implementation and evaluation of a standardized performance profile intervention with collegiate athletes: A comparison of the original and revised techniques. *Journal of Applied Sport Psychology*, 34(3), 646-664.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. (Terjemahan Ahmad Fawaid). Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (Edisi asli diterbitkan tahun 2009 oleh SAGE Publications. California Thousand Oaks).
- Dewi, S., Damayanti, I., Fitri, M., et al. (2018). Pengembangan media video latihan olahraga kesehatan bagi masyarakat umum berbasis web. *Jurnal Terapan Ilmu Keolahragaan*, 3(1), 40–46
- Djaali. (2013). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dugalić, S., & Lazarević, S. (2016). The impact of celebrity athlete endorsement on purchasing habits. *Physical Education and Sport*, 14(3), 435-446.
- Dogan, U. (2016). Effects of social network use on happiness, psychological well-being, and life satisfaction of high school students: Case of facebook and twitter. *Egitim ve Bilim*, 41(183), 217-231.
- Edmund. (2020). Klub olahraga di kawasan Kapuk, Jakarta. *Jurnal Stupa*, 2(1), 987-998.
- Efendy, M., Murwani, D., Hitipeuw, I., & Rahmawati, H. (2021). Motivasi berprestasi siswa di sekolah, bagaimana peran relasi guru dan siswa? *Jurnal Psikologi Konseling*, 19(2), 1047-1056.
- Erdiyanti, Y. P., & Febriyanto, B. D. (2019). Bimbingan belajar untuk meningkatkan motivasi berprestasi atlet bola voli O2SN Kabupaten Majalengka. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 5(1), 19-26.
- Escalas, J. E., & Bettman, J. R. (2017). Connecting with celebrities: how consumers appropriate celebrity meanings for a sense of belonging. *Journal of Advertising*, 46(2), 297-308.

- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan digital *influencer* dalam promosi produk (Studi kasus akun instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71-82.
- Fitransyah, R. R., & Waliyanti, E. (2018). Perilaku cyberbullying dengan media instagram pada remaja di Yogyakarta. *Indonesian Journal of Nursing Practices*, 2(1), 36-48. DOI: <https://doi.org/10.18196/ijnp.2177>
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I., (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 4(1), 1-5
- Fletcher, R., & Park, S. (2017). The impact of trust in the news media on online news consumption and participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281-1299.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True gen': Generation-Z and its implications for companies*. Sao Paulo: McKinsey & Company. Tersedia online <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Fuadah, D. Z., Tauhid, M. T., & Ludyanti, L. N. (2022). Edukasi berbasis android tentang perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) pada remaja dimasa pandemi Covid-19. *Proseding Semnas Abdimas*, 1(1), 248-254.
- Gea, A. A., Wulandari, A. P. Y., & Babari, Y. (2003). *Relasi dengan diri sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibbs, C., & Haynes, R. (2016). A phenomenological investigation into how twitter has changed the nature of sport media relations. *International Journal of Sport Communication*, 6(4), 394–408.
- Goh, K. T., He, H. G., & Chow, A. (2015). A descriptive study of the factors related to physical activity and exercise behavior in Singaporean elderly. *International Journal of Nursing Practice*, 21(2), 129-138
- Grenny, J., Patterson, K., Maxffiled, D., MacMillan, R., & Switzler, A. (2013). *Infleuncer: The new science of leading change*. New York: Mc Graw Hill.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hale, B. D., & Hannum, J. W. (2018). The relationship between achievement motivation, perceived competence, and physical activity. *Motivation and Emotion*, 42(2), 266-277.

- Hamdu, G., & Agustina, L. (2011). Pengaruh motivasi belajar siswa terhadap prestasi belajar IPA di SMP Negeri 25 Batam. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 12(1), 90-96.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan *influencer* melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Hapsari, K., D., Manalu, S. R., & Rahmiaji, R. L. (2022). Memahami motivasi, bentuk interaksi, dan manfaat bagi follower dalam mengikuti *micro-influencer* di media sosial instagram. *Interaksi Online*, 11(1), 367-386.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *influencer* marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 4(10), 1-15.
- Hutchison, R.D., Wilson, P.C. and Haddock, S., A., (2021). Exploring the Relationship between Social Media Use and Sports Participation and Exercise-Related Beliefs among Adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 26(1): 924-939.
- Ivan, U., Iveta, C., Zuzana, K., Jaroslaw, Ch. Marcin, K., & Milena, S. (2018: 1) The awareness in sports performance. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 3(1). DOI:1-.19080/JPFMTS.2018.03.555605.
- Julianto, B., Wagimin, & Muslim, M. (2016). Keefektifan self-awareness training untuk meningkatkan penyesuaian diri peserta didik. *CONSILIUM: Jurnal Program Studi Bimbingan dan Konseling*, 4(1), 8-12.
- Junaidi, S. (2011). Pembinaan fisik lansia melalui aktivitas olahraga jalan kaki. *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 1(1), 17-20.
- Kádeková, Z. dan Holienčinová, M. (2018). Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Communication Today*, 9(2), 90–105.
- Kahle, L. R., & Riley, C. (2004). Sports marketing and the psychology of marketing communication. In *Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication*. New York: Psychology Press.
- Kalkan, N. (2022) Investigation of the Effect of High School Students' Attitudes to Physical Education Course on Empathic Behavior in Sports Environment. *Education Quarterly Reviews*, 5(1), 335-342.

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan: konsep pesan, media, branding, anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kiani, M. S., Nazari, L., & Shahbazzpour, L. (2021). The impact of mass media and social networks on how fans interact with sports libraries in the world. *Malaysian Journal of Sport Science and Recreation (MJSSR)*, 17(1), 89-95.
- Komarudin. (2015). Pengantar psikologi olahraga. *Bahan Kuliah Psikologi Olahraga*. Yogyakarta: UNY.
- Kooiman, T. J. M., Hendriks, M. R. C., Wittink, H., et. al (2013). The value of including both a patient and healthcare provider perspective in the development of health apps for patients with chronic pain? In *Proceedings of the 5th International Conference on Pervasive Computing Technologies for Healthcare* (pp. 221-229)
- Kuntjoro, B. F. T. (2020). Rasisme dalam olahraga. *Jurnal Penjakora*, 7(1), 69-77.
- Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I. (2022). Strategi pemasaran pada media sosial melalui iklan instagram. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 8(2), 885-900.
- Laswandi, H. (2021). Peran psikoedukasi tentang motivasi terhadap kesadaran berprestasi siswa di pesantren. *Prosiding Seminar Nasional*. Jakarta: Universitas Tarumanegara, 973-978.
- Latorre-Martínez, M. P., Iñíguez-Berrozpe, T., & Plumed-Lasarte, M. (2014). Image-focused social media for a market analysis of tourism consumption. *International Journal of Technology Management*, 64(1), 17-30.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *influencer* marketing terhadap keputusan pembelian. *Prismakom*, 18(1), 34-38.
- Lieberman, D. E., Castillo, E. R., & Sang, Y. (2011). Sustained high impact physical activity contributes to the attainment of high bone mass in men. *Journal of Sports Sciences*, 29(7), 747-756.
- Lim, N., Ahmed, A., and Bashar, M.A., (2020). The Role of Social Media in Health Communication: A Study on the Effects of Social Media on Physical Activity and Healthy Eating Habits. *Journal of Health Communication*, 25(3): 275-282.
- Mahdia, A. (2018). Pengaruh konten *influencer* di media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja akhir. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 172-179.
- Medhiatika, N. L. M. V. (2023). Memanfaatkan Instagram Story dan Influencers untuk Mencapai Brand Awareness Produk Makanan Beku Cede. *INOBIIS*:

Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 6(2), 257 - 265.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.273>

- Mulya, G., & Lengkana, A. S. (2020). Pengaruh kepercayaan diri, motivasi belajar terhadap prestasi belajar pendidikan jasmani. *COMPETITOR: Jurnal Pendidikan Kepelatihan Olahraga*, 12(2), 83-94.
- Muskanan, K. (2015). Analisis motivasi berprestasi atlet pusat pendidikan dan latihan olahraga pelajar Provinsi Nusa Tenggara Timur. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 19(2), 105-113.
- Nadila, S., Aqsa, M., & Risal, M. (2020). *Analisis penggunaan sosial media influencer untuk meningkatkan brand awarness (Studi pada pengguna instagram di Kota Palopo)*. Palopo: Universitas Muhammadiyah. Tersedia online di <http://repository.umpalopo.ac.id/384/>
- Nasution, A. (2021). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan *influencer* melalui media sosial instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11-18.
- Natalia, E. C. (2020). Membangun kesadaran diri generasi muda akan budaya positif melalui penggunaan media sosial. *Journal of Servite*, 2(2), 20-31.
- Nawawi, H. (2012). *Metode penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielson, R. K. (2021). *Reuters 44 institute digital news report 2021*, 1-164.
- Nur'aeni, S. S., & Lengkana, A. S. (2018). Peranan mata pelajaran pendidikan jasmani dalam meningkatkan kesadaran kesehatan siswa di lingkungan Sekolah Dasar Negeri III Tegalkalong Kab. Sumedang. *Halaman Olahraga Nusantara (Jurnal Ilmu Keolahragaan)*, 1(1), 99-114.
- Nursalina, A. I., & Budiningsih, T. E. (2014). Hubungan motivasi berprestasi dengan minat membaca pada anak. *Educational Psychology Journal*, 3(1), 1-7.
- Palazzo, M., Vollero, A., Vitale, P., & Siano, A. (2021). Urban and rural destinations on instagram: Exploring the influencers' role in #sustainabletourism. *Land Use Policy*, 100.
- Panduan Skripsi. (2023). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pradhana, A. (2016). Analisis sport development index Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 4(4), 77-82.
- Prasetyo, Y. (2015). Kesadaran masyarakat berolahraga untuk peningkatan kesehatan dan pembangunan nasional. *Medikora*, 11(2), 219-228.

- Pujiyanto, E. (2015). Uji hipotesis statistik parametrik. *Bahan ajar tersedia on line: <https://eko.staff.uns.ac.id/files/2015/12/Uji-Statistik-Parametrik.pdf>*.
- Purnomo, E., Dida, S., Setianti, Y., et.al., (2022). Pengaruh Aktivitas Sosial Media Terhadap Kesadaran Brand dan Loyalitas Brand Olahraga. *Jurnal Patriot*, 4(4), 287 - 300. <https://doi.org/10.24036/patriot.v4i4.885>
- Purwanto. (2019). *Analisis korelasi dan regresi linier dengan SPSS 21*. Magelang: StaiaPress.
- Putri, D. A., Sapitri, Y., & Zefriyenni. (2021). Pengaruh penempatan karyawan dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja melalui motivasi kerja karyawan sebagai variabel intervening pada PT Astra International Tbk, Auto 2000 bypass Padang. *Jurnal Ekobistek*.
- Putri, D. C. (2017). Perbedaan antara motivasi intrinsik dan ekstrinsik terhadap tingkat prestasi belajar mahasiswa Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Potitik, Universitas Lampung. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(1).
- Rahman, I. U. (2023). A research insight on the impact of influencer marketing on consumer behavior. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(4), 852-855.
- Rahmawati, R., Musfichin, & Mubarak. (2020). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Motivasi Berprestasi. *Jurnal Al Husna*, 1(3), 224-236.
- Ramadhani, H., S., Jumhur, H., M., Dharmoputra, S., (2019). Pengaruh aktivitas pemasaran media sosial terhadap brand awareness, brand image, dan brand loyalty. *e-Proceeding of Management: Vol.6, No.2 Agustus 2019*, 2311-2320
- Retnawati, H. (25 Juli 2017). *Reliabilitas instrumen penelitian*. Makalah disajikan pada kegiatan Workshop Teknik Analisis Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis, di IAIN Batusangkar.
- Riyadi, A. dan Hasanah, H. (2015). Pengaruh kesadaran diri dan kematangan beragama terhadap komitmen organisasi karyawan RSUD Tugurejo Semarang. *Psymphatic, Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 102-112.
- Rizky, F, R., & Waliyanti, E. (2018). Perilaku cyberbullying dengan media instagram pada remaja di Yogyakarta. *Indonesian Journal of Nursing Practice*, 2(1), 36-48.
- Salim & Haidir. (2019). *Penelitian pendidikan: Metode, pendekatan, dan jenis*. Jakarta: Kencana.

- Santosa, D. T., & Usman, T. (2016). Faktor-faktor penyebab rendahnya motivasi belajar dan solusi penanganan pada siswa kelas XI Jurusan Teknik Sepeda Motor. *Jurnal Pendidikan Teknik Otomotif*, 13(2), 14-21.
- Santoso, S. S., & Anandaputra, H. (2017). Hubungan intensitas olahraga dengan daya konsentrasi belajar siswa/siswi kelas 10 dan 11 SMAN 5 Depok, Jawa Barat. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 13(1), 1-8.
- Santrock. (2002). *Influence marketing-how to create, manage, and measure brand influencers in social media maketing*. QuePublishing.
- Schaillée, H., Derom, I., Solenes, O., et. al., (2021). Gender inequality in sport: perceptions and experiences of generation Z. *Sport, Education and Society*, 26:9, 1011-1025, DOI: [10.1080/13573322.2021.1932454](https://doi.org/10.1080/13573322.2021.1932454)
- Shafiee, Z., Ardebili, H. E., Karimi, M., & Kaveh, M. H. (2012). Relationship of motivation and self-efficacy with participation in physical activity among students. *Journal of Education and Health Promotion*, 1 (20).
- Sholicha, I. F., & Wijayaningsih, A. D. (2020). Motivasi berprestasi dan ketangguhan mental atlet. *Psikosains (Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi)*, 15(1), 91-99.
- Shyle, I., & Hysi, V. (2015). Social media and its impact on decision making for trip. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 1(1), 7-14.
- Sidesyana, S. (2016). Tingkat motivasi berprestasi tinggi atlet penyandang tunadaksa. *Tesis*, tidak dipublikasikan, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Sila, G. E. (2020). Peranan public relation dalam meningkatkan kredibilitas *influencer* pada Universitas Kebangsaan Bandung. *Syntax Idea*, 2(2), 32-40.
- Solomon, D., & Kalaiyarasan. (2016). Importance of self awareness in adolescence – a thematic research paper. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*, 21(1), 19-22.
- Stevens, J., A., Lathrop, A., H., & Bradish, C., L. (2003). “Who is your hero?”: implications for athlete endorsement strategies. *Sport Marketing Quarterly*, 12(2), 103-110.
- Strandbu, Å., Solstad G., M., Stefansen, K., et al., (2022). Sexual Harassment or Just Coaching? Sport Students Making Sense of Possibly Sexualising Coach Behaviours. *Social Sciences*. 2022; 11(12):543. <https://doi.org/10.3390/socsci11120543>

- Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh kredibilitas *influencer* terhadap sikap pada merek (Studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 7(2), 1-9.
- Sugiyanto. (2009). Kontribusi motivasi berprestasi terhadap prestasi akademik siswa kelas XI SMA Negeri 10 Semarang. *Paradigma*, 4(8), 19-34.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara mudah belajar SPSS & lisrel (teori dan aplikasi untuk analisis data penelitian)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Statistik untuk penelitian*. Cetakan ketiga belas. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharni, & Purwanti. (2018). Upaya meningkatkan motivasi belajar siswa. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 3(1), 172-184.
- Sukmadinata, N. S. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sungkawa, M., G., G., Yudho, F., H., P., Dapa, M., et al., (2022). The relationship of achievement motivation and self-confidence to college student's physical fitness. *Jurnal Maenpo: Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi*. 12 (2) Desember 2022.
- Susanto, I.H., (2022). Gambaran motivasi berprestasi dan frekuensi latihan masa pandemi. *JSES: Journal of Sport and Exercise Science*, Vol 5, No 1, 2022 (1-7).
- Sutapa, P., Prasetyo, Y., Pratama, K., W., et.al., (2020). Motor Development Index (MDI) Based on Combination of Human Development Index (HDI) and Sport Development Index (SDI) as a Success Parameter of Motor Development among Preschool Children: An Observational Study. *Journal of Physics: Conference Series*. 1529 (2020) 032003 doi:10.1088/1742-6596/1529/3/032003
- Uher, I., Iveta, C., Zuzana, K., et al (2018). The awareness in sports performance. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 3(1), 1-5

- Umam, N., Soeharto, T. N. E. D., & Utami, N. I. (2020). Hubungan antara motivasi berprestasi dengan disiplin latihan pada remaja yang mengikuti pencak silat di Perisai Diri Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Milleneial 5.0 Fakultas Psikologi Umby*, 0(0), 241-247.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan.
- Welta, F. (2013). Perancangan social networking sebagai media informasi bagi pemerintah. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, 511-516.
- Widaningsih, Themotia T., et al. (2021). Representasi Nasionalisme sebagai Personal Branding Suporter Bulutangkis Haryanto di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNYK*, vol. 19, no. 1, 2021, pp. 42-57.
- Widarini, D.A., Adriyani, F., Nilamsari, N. et al., (2021). *Kepercayaan publik terhadap media pers arus utama di era pandemi covid-19*. Jakarta: Dewan Pers & FIKom Universitas Prof. Moestopo, 1-177.
- Wulandari, D. F., Agustina, W. S., & Rofiq, A., (2020). Pengaruh kecerdasan emosional dan pengaruh influencer olahraga terhadap motivasi prestasi siswa SMA negeri se-Kabupaten Lamongan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 67-72.
- Zulkarnaen. (2010). Hubungan motivasi dengan partisipasi masyarakat dalam melakukan aktivitas olahraga futsal di Kota Bekasi. *Motion: Jurnal Research Physical Education*, 1(1), 1-10.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

<https://admin.eservice.uny.ac.id/surat-izin/cetak-peneliti>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 586168, ext. 569, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : B/1206/UN34.16/PT.01.04/2023

23 Mei 2023

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth. SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA
Jl. Ny Pembayun No.39, Prenggan, Kec. Kotagede, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55172

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Baihaqi Agung Iman Tohari
NIM : 17603144008
Program Studi : Ilmu Keolahragaan - SI
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir : PENGARUH INFLUENCER DAN MOTIVASI BERPRESTASI
TERHADAP KESADARAN BEROLAHRAGA SISWA GENERASI-Z DI
YOGYAKARTA
Waktu Penelitian : 25 Mei - 25 Juni 2023

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,
Mahasiswa dan Alumni,

H. Guntur, M.Pd.
NIP 19810926 200604 1 001

Tembusan :
1. Kepala Layanan Administrasi;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Lampiran 2. Surat Keterangan Melakukan Penelitian

**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**
DINAS PENDIDIKAN PEMUDA DAN OLAHRAGA
BALAI PENDIDIKAN MENENGAH KOTA YOGYAKARTA
SMA NEGERI 5 KOTA YOGYAKARTA
SMAN 5 KOTA YOGYAKARTA
Jl. Nyi Pembayun No. 39 Yogyakarta Telp. (0274) 377400 Fax (0274) 377400
Email : sman5yk@gmail.com Kode Pos 55172

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
No : 070/340

Berdasar surat dari UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA Nomer :
B/1206/UN34.16/PT.01.04/2023, Tanggal 23 Mei 2023, Perihal : Permohonan Izin Penelitian,
yang bertanda tangan di bawah ini :

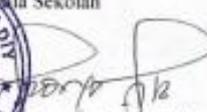
NAMA : FADIYAH SURYANI, M.Pd.Si
JABATAN : KEPALA SEKOLAH
INSTANSI : SMA NEGERI 5 YOGYAKARTA
NIP : 19700616 199802 2 003

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Baihaqi Agung Iman Tohari
NIM : 17603144008
Program Studi : Ilmu Keolahragaan – S1
Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Telah selesai melakukan Penelitian di SMA Negeri 5 Yogyakarta dengan tujuan untuk Penulisan
Tugas Akhir Skripsi dengan judul **“Pengaruh Influencer dan Motivasi Berprestasi Terhadap
Kesadaran Berolahraga Siswa Generasi-Z di Yogyakarta”**.

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Juni 2023
Kepala Sekolah

Fadiyah Suryani, M.Pd.Si
NIP. 19700616 199802 2 003



Lampiran 3. Kisi-Kisi Angket Pengumpulan Data *Influencer*, Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga

| No. | Variabel | Indikator | Nomor Item | | Σ Item |
|-----------------------------------|-----------------------|--|------------|---------|--------|
| | | | Positif | Negatif | |
| 1. | <i>Influencer</i> | a. Berbagi informasi kepada <i>followers</i> di sosial media | 1, 2 | 3 | 3 |
| | | b. Kredibilitas keahlian dan objektivitas untuk meyakinkan | 5 | 4, 6 | 3 |
| | | c. Daya tarik <i>influencer</i> dan kesamaan personalitas | 8 | 7, 9 | 3 |
| | | d. Kekuatan menarik pengikut mengambil keputusan yang memihak | 10, 12 | 11 | 3 |
| | | e. Berfokus dan terukur pada pencapaian tujuan | 13 | 14 | 2 |
| | | f. Berusaha untuk menemukan perilaku vital pada target | 15, 17 | 16 | 3 |
| | | g. Dorongan dan kemampuan pribadi yang kuat | 18 | 19 | 2 |
| | | h. Dorongan dan kemampuan sosial | 20 | 22 | 2 |
| | | i. Dorongan dan kemampuan struktural | - | 21 | 2 |
| | | j. Memengaruhi pengikutnya hingga pada <i>level</i> perilaku | 23 | - | 1 |
| Jumlah item <i>influencer</i> | | | | | 23 |
| 2. | Motivasi berprestasi | a. Hasrat dan keinginan untuk berhasil | 1, 2 | 3, 4 | 4 |
| | | b. Dorongan dan Kebutuhan | 5, 8 | 6, 7 | 4 |
| | | c. Harapan dan cita-cita masa depan | 10, 11 | 9, 12 | 4 |
| | | d. Penghargaan | 14 | 13, 15 | 2 |
| | | e. Percaya diri | 16 | 19 | 1 |
| | | f. Kreativitas dan tidak membuang waktu | 17 | - | 1 |
| | | g. Mengatasi rintangan dan standar keunggulan | 18 | 20 | 2 |
| Jumlah item motivasi berprestasi | | | | | 20 |
| 3. | Kesadaran Berolahraga | a. Membangun komunikasi, dan kesadaran diri dalam mengontrol emosional | 1,5 | 10, 13 | 4 |
| | | b. Evaluasi diri secara akurat | 6, 12 | 4, 18 | 4 |
| | | c. Membangun rasa percaya diri | 8, 15, 19 | 3,9 | 5 |
| | | d. Menetapkan standar pencapaian secara rasional | 2, 11 | 14, 16 | 4 |
| | | e. Optimis dalam mencapai prestasi sesuai tujuan | 7, 17 | 20 | 3 |
| Jumlah item Kesadaran Berolahraga | | | | | 20 |
| Total item instrumen penelitian | | | | | 63 |

Lampiran 4. Angket *Influencer*

Petunjuk Memberikan Respons

- Berilah respons atas pernyataan-pernyataan berikut ini, sesuai dengan situasi diri masing-masing, dengan alternatif pilihan STS, TS, S, atau SS.
- Keterangan:
 STS = Sangat Tidak Setuju atau Sangat Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 TS = Tidak Setuju atau Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 S = Setuju atau Sesuai, dengan pernyataan
 SS = Sangat Setuju atau Sangat Sesuai, dengan pernyataan
- Cara memberikan respons jawaban adalah dengan memberikan tanda centang (✓) pada tempat yang telah disediakan di bawah alternatif jawaban.

| No. | Pernyataan | STS | TS | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|----|
| 1. | Saya senang mendapatkan informasi dari seseorang di media sosial. | | | | |
| 2. | Saya sering mengakses informasi tentang sekolah di media sosial. | | | | |
| 3. | Saya tidak tertarik dengan <i>influencer</i> bidang olahraga. | | | | |
| 4. | Persepsi saya bisa berubah ketika saya menerima informasi dari seorang <i>influencer</i> olahraga. | | | | |
| 5. | Saya menghargai pendapat <i>influencer</i> olahraga yang saya ikuti seolah-olah dia paham olahraga. | | | | |
| 6. | Saya tidak mengikuti <i>influencer</i> dalam tips dan trik berlatih cepat walau bermanfaat. | | | | |
| 7. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga tidak memiliki keahlian/karier yang mendukung. | | | | |
| 8. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga memperlihatkan kesan berkelas dan menunjukkan gaya hidup berkualitas. | | | | |
| 9. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga tidak memiliki pengetahuan dan keahlian yang bagus. | | | | |
| 10. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga cukup atraktif sehingga mampu menguatkan keyakinan saya. | | | | |
| 11. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga tidak memiliki kemampuan menginspirasi saya untuk berbagi kepada sesama. | | | | |
| 12. | <i>Influencer</i> aktivitas olahraga mampu menumbuhkan gerakan berdonasi di kalangan generasi-Z | | | | |
| 13. | Aktivitas <i>influencer</i> selalu memberikan gambaran tentang dunia olahraga. | | | | |
| 14. | Aktivitas <i>influencer</i> merugikan pengikutnya dalam dunia olahraga. | | | | |
| 15. | <i>Influencer</i> berusaha menjadi orang yang berpengaruh kepada pengikutnya dalam dunia olahraga. | | | | |
| 16. | <i>Influencer</i> tidak perlu memperlihatkan kekuatan atau kekuasaannya dalam mendorong pengikutnya mencapai prestasi yang gemilang. | | | | |
| 17. | <i>Influencer</i> memberikan pengaruh untuk mengubah perilaku-perilaku positif ke arah pencapaian prestasi yang diinginkan dalam olahraga. | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|
| 18. | <i>Influencer</i> mampu melatih cara mengatur emosi yang merusak menjadi suatu dorongan yang mendekati kepada keberhasilan. | | | | |
| 19. | <i>Influencer</i> tidak mampu meningkatkan secara signifikan untuk mengubah perilaku menjadi kebiasaan positif. | | | | |
| 20. | <i>Influencer</i> mempunyai kedudukan terhormat, sehingga mampu memberikan dorongan perbaikan latihan olahraga | | | | |
| 21. | <i>Influencer</i> bukan faktor pendukung luar yang membantu urusan pribadi dan sosial. | | | | |
| 22. | <i>Influencer</i> harus memiliki strategi dalam penyampaian informasi untuk menemukan jalan keluar. | | | | |
| 23. | <i>Influencer</i> memberikan respons yang baik ketika ditanya oleh pengikutnya. | | | | |

Lampiran 5. Angket Motivasi Berprestasi

Petunjuk Memberikan Respons

- Berilah respons atas pernyataan-pernyataan berikut ini, sesuai dengan situasi diri masing-masing, dengan alternatif pilihan STS, TS, S, atau SS.
- Keterangan:
 STS = Sangat Tidak Setuju atau Sangat Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 TS = Tidak Setuju atau Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 S = Setuju atau Sesuai, dengan pernyataan
 SS = Sangat Setuju atau Sangat Sesuai, dengan pernyataan
- Cara memberikan respons jawaban adalah dengan memberikan tanda centang (✓) pada tempat yang telah disediakan di bawah alternatif jawaban.

| No. | Pernyataan | STS | TS | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|----|
| 1. | Saya ingin memperoleh skor yang tinggi pada setiap kompetisi. | | | | |
| 2. | Saya ingin mendapat peringkat tiga besar. | | | | |
| 3. | Saya lebih menyukai tugas yang mudah untuk dikerjakan. | | | | |
| 4. | Saya tidak mengerjakan tugas latihan dengan tepat waktu. | | | | |
| 5. | Orang tua tidak mengharapkan agar saya memperoleh prestasi unggul. | | | | |
| 6. | Guru atau pelatih memotivasi saya untuk giat berlatih atau belajar. | | | | |
| 7. | Saya menyukai <i>motto</i> , hari ini lebih baik dari kemarin. | | | | |
| 8. | Guru atau pelatih tidak menuntut saya untuk meraih prestasi tinggi, tetapi memberikan kebebasan. | | | | |
| 9. | Saya berusaha bisa tampil lebih baik dari sebelumnya. | | | | |
| 10. | Setelah lulus SMA, saya tidak ingin berolahraga secara rutin. | | | | |
| 11. | Saya ingin menjadi orang sukses di bidang olahraga. | | | | |
| 12. | Saya berjuang dengan sekuat tenaga untuk meraih cita-cita. | | | | |
| 13. | Saya tidak menetapkan tujuan yang muluk-muluk. | | | | |
| 14. | Orang tua memberikan hadiah, jika saya berhasil memperoleh prestasi. | | | | |
| 15. | Sekolah atau klub tempat saya berlatih tidak memberikan hadiah bagi anak didiknya yang berprestasi. | | | | |
| 16. | Memilih tugas yang menantang, dan berperilaku lebih inisiatif adalah ciri orang yang berprestasi. | | | | |
| 17. | Kreativitas diperlukan oleh orang yang mengejar prestasi. | | | | |
| 18. | Dalam mencapai prestasi, orang harus dapat mengatasi halangan dan rintangan. | | | | |
| 19. | Bagi saya, standar keunggulan merupakan ukuran pencapaian kemajuan. | | | | |
| 20. | Rasa percaya diri lebih utama daripada usaha. | | | | |

Lampiran 6. Angket Kesadaran Berolahraga

Petunjuk Memberikan Respons

- Berilah respons atas pernyataan-pernyataan berikut ini, sesuai dengan situasi diri masing-masing, dengan alternatif pilihan STS, TS, S, atau SS.
- Keterangan:
 STS = Sangat Tidak Setuju atau Sangat Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 TS = Tidak Setuju atau Tidak Sesuai, dengan pernyataan
 S = Setuju atau Sesuai, dengan pernyataan
 SS = Sangat Setuju atau Sangat Sesuai, dengan pernyataan
- Cara memberikan respons jawaban adalah dengan memberikan tanda centang (✓) pada tempat yang telah disediakan di bawah alternatif jawaban.

| No. | Pernyataan | STS | TS | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|----|
| 1. | Walau sedang sedih, saya berusaha memperlihatkan wajah senang ketika teman berbahagia merayakan prestasinya. | | | | |
| 2. | Saya siap menanggung risiko kegagalan dalam pencapaian tujuan. | | | | |
| 3. | Saya perlu waktu lama untuk bangkit kembali dari keterpurukan karena mengalami kegagalan. | | | | |
| 4. | Saya marah jika orang menilai bahwa saya lebih banyak memiliki kekurangan daripada kelebihan. | | | | |
| 5. | Saya memaafkan teman yang tidak sengaja berbuat salah | | | | |
| 6. | Saya tidak tersinggung jika ada orang lain yang mengkritik kelemahan saya. | | | | |
| 7. | Serasa mimpi ketika saya bisa mencapai standar pencapaian dalam berlatih rutin. | | | | |
| 8. | Saya yakin suatu saat nanti dapat mencapai prestasi yang gemilang. | | | | |
| 9. | Saya tidak percaya diri, karena merasa banyak kekurangan. | | | | |
| 10. | Jika ada hambatan dalam latihan, tidak perlu diutarakan kepada pelatih atau guru. | | | | |
| 11. | Ketika gagal mencapai standar yang ditetapkan dalam latihan bersama, saya malu dikritik teman atau pelatih. | | | | |
| 12. | Kritik yang membangun akan saya terima sebagai evaluasi untuk pengembangan diri. | | | | |
| 13. | Saya lebih suka berdiskusi dengan sesama teman daripada pelatih, karena takut kelemahan saya diketahui. | | | | |
| 14. | Saya tidak siap mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan. | | | | |
| 15. | Saya tidak yakin dapat mencapai standar target yang ditetapkan oleh pelatih atau guru. | | | | |
| 16. | Sering marah kepada teman, ketika ia berhasil mengalahkan saya dalam latihan. | | | | |
| 17. | Saya berusaha memberdayakan kelebihan-kelebihan saya untuk mencapai prestasi yang lebih baik. | | | | |
| 18. | Saya merasa cemas jika ada teman yang berusaha mengalahkan dengan memanfaatkan kelemahan saya. | | | | |
| 19. | Dengan mengurangi kesalahan teknis berlatih yang lalu, saya yakin bisa tampil lebih baik daripada hari kemarin. | | | | |
| 20. | Saya kehilangan semangat untuk melanjutkan, apabila gagal mewujudkan keinginan yang telah dirancang dengan baik. | | | | |

Lampiran 7. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen *Influencer*

Ringkasan Hasil Analisis Korelasi antar-Butir: Validasi Instrumen *Influencer*

| No. Item | | X01 | X02 | X03 | X04 | X05 | X06 | X07 | X08 | X09 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 | X16 | X17 | X18 | X19 | X20 | X21 | X22 | X23 | X24 | X25 | X26 | X27 | X28 | X29 | X30 | Total |
|----------|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| X01 | Pearson | 1.0 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | .281 ^{**} | -.01 | .343 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 0.0 | .491 ^{**} | .269 ^{**} | 0.1 | .292 ^{**} | -.01 | .302 ^{**} | 0.1 | .371 ^{**} | 0.1 | .423 ^{**} | -.01 | .302 ^{**} | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .232 ^{**} | .326 ^{**} | .386 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.1 | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.5 | 0.4 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.8 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X02 | Pearson | 0.2 | 1.0 | 0.1 | .372 ^{**} | 0.2 | .266 ^{**} | .224 ^{**} | 0.1 | 0.0 | .228 ^{**} | .276 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 0.2 | .223 ^{**} | .253 ^{**} | -.01 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .249 ^{**} | 0.0 | .249 ^{**} | 0.1 | .358 ^{**} | .271 ^{**} | .283 ^{**} | .263 ^{**} | 0.1 | .476 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.1 | | 0.5 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.1 | 0.6 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X03 | Pearson | 0.1 | 0.1 | 1.0 | 0.1 | 0.1 | .457 ^{**} | 0.0 | 0.2 | -.01 | .327 ^{**} | 0.0 | .371 ^{**} | 0.1 | .292 ^{**} | .256 ^{**} | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | .294 ^{**} | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | .226 ^{**} | 0.0 | 0.0 | 0.1 | -.01 | .350 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.3 | 0.5 | | 0.3 | 0.2 | 0.0 | 0.8 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.9 | 0.3 | 0.2 | 0.7 | 0.0 | 0.9 | 0.7 | 0.6 | 0.5 | 0.0 | 0.9 | 0.7 | 0.4 | 0.2 | .002 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X04 | Pearson | 0.2 | .372 ^{**} | 0.1 | 1.0 | .380 ^{**} | 0.1 | .291 ^{**} | 0.0 | .256 ^{**} | 0.1 | .281 ^{**} | 0.1 | .370 ^{**} | 0.2 | 0.1 | .276 ^{**} | 0.0 | .336 ^{**} | 0.1 | 0.2 | 0.1 | .233 ^{**} | 0.0 | .328 ^{**} | 0.1 | .365 ^{**} | 0.1 | .242 ^{**} | .231 ^{**} | .342 ^{**} | .496 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.1 | 0.0 | 0.3 | | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.4 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X05 | Pearson | 0.2 | 0.2 | 0.1 | .380 ^{**} | 1.0 | 0.1 | .248 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .262 ^{**} | 0.1 | 0.2 | .257 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | .392 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | .396 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.6 | 0.2 | 0.1 | 0.8 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.2 | 0.0 | 0.6 | 0.3 | 0.3 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 0.5 | 0.6 | 0.7 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X06 | Pearson | 0.1 | .266 ^{**} | .457 ^{**} | 0.1 | 0.1 | 1.0 | 0.0 | .437 ^{**} | 0.0 | .457 ^{**} | 0.1 | .513 ^{**} | 0.0 | 0.1 | .309 ^{**} | 0.0 | 0.0 | 0.0 | .420 ^{**} | -.01 | .311 ^{**} | -.01 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | .312 ^{**} | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | .461 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.6 | | 0.9 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.9 | 0.4 | 0.0 | 0.7 | 1.0 | 1.0 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.5 | 0.3 | 0.9 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.3 | 0.7 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X07 | Pearson | .281 ^{**} | .224 ^{**} | 0.0 | .291 ^{**} | .248 ^{**} | 0.0 | 1.0 | -.01 | .249 ^{**} | 0.0 | 0.1 | 0.1 | .325 ^{**} | .328 ^{**} | 0.0 | 0.2 | 0.2 | .251 ^{**} | 0.2 | .270 ^{**} | 0.2 | .300 ^{**} | 0.0 | .418 ^{**} | 0.1 | 0.2 | 0.2 | .299 ^{**} | 0.0 | 0.1 | .402 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | | 0.6 | 0.0 | 0.9 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | 0.4 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X08 | Pearson | -.01 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .437 ^{**} | -.01 | 1.0 | -.01 | .655 ^{**} | 0.0 | .555 ^{**} | -.01 | 0.1 | .487 ^{**} | 0.1 | .247 ^{**} | 0.1 | .466 ^{**} | 0.0 | .389 ^{**} | 0.0 | .397 ^{**} | -.01 | .278 ^{**} | 0.1 | .301 ^{**} | 0.2 | 0.2 | 0.0 | .514 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.9 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | | 0.3 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.7 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X09 | Pearson | .343 ^{**} | 0.0 | -.01 | .256 ^{**} | 0.1 | 0.0 | .249 ^{**} | -.01 | 1.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | .460 ^{**} | 0.1 | 0.0 | .261 ^{**} | 0.0 | 0.2 | -.01 | .429 ^{**} | 0.0 | .295 ^{**} | 0.1 | .292 ^{**} | 0.1 | 0.2 | -.01 | 0.1 | 0.1 | .305 ^{**} | .302 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.7 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 1.0 | 0.0 | 0.3 | | 0.9 | 0.1 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.9 | 0.0 | 1.0 | 0.1 | 0.6 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.6 | 0.5 | 0.3 | 0.0 | .007 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
| X10 | Pearson | 0.1 | .228 | .327 | 0.1 | 0.2 | .457 | 0.0 | .655 | 0.0 | 1.0 | 0.1 | .688 | 0.0 | 0.1 | .539 | 0.2 | 0.1 | .247 | .588 | 0.2 | .306 | 0.2 | .226 | -.289 | 0.2 | .312 | .237 | 0.2 | .311 | 0.2 | .619 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.9 | | 0.4 | 0.0 | 0.8 | 0.6 | 0.0 | 0.1 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X11 | Pearson | 0.1 | .276 | 0.0 | .281 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 1.0 | 0.0 | .225 | .254 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | .239 | .235 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | .225 | .252 | .416 | .257 | 0.0 | .242 | .233 | .384 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.4 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.3 | 0.5 | 0.3 | 0.9 | 0.1 | 0.4 | | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.4 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.3 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X12 | Pearson | 0.0 | 0.1 | .371 | 0.1 | 0.2 | .513 | 0.1 | .555 | 0.0 | .688 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.1 | .514 | 0.1 | .251 | .222 | .459 | .255 | .301 | 0.2 | .224 | -0.1 | .344 | .298 | .231 | 0.1 | .355 | 0.2 | .635 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.7 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.7 | | 1.0 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X13 | Pearson | .491 | 0.1 | 0.1 | .370 | 0.1 | 0.0 | .325 | -0.1 | .460 | 0.0 | .225 | 0.0 | 1.0 | .341 | 0.0 | .324 | -.267 | .308 | 0.0 | .332 | -0.1 | .441 | 0.0 | .329 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | .231 | .329 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.2 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.9 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 1.0 | | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.7 | 0.3 | 0.9 | 0.3 | 0.7 | 0.0 | .003 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X14 | Pearson | .269 | 0.2 | .292 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | .328 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | .254 | 0.1 | .341 | 1.0 | -0.1 | .462 | -0.1 | .447 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | .263 | 0.1 | .351 | .369 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | .448 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 1.0 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X15 | Pearson | 0.1 | .223 | .256 | 0.1 | 0.2 | .309 | 0.0 | .487 | 0.0 | .539 | 0.0 | .514 | 0.0 | -0.1 | 1.0 | 0.1 | .332 | 0.2 | .589 | 0.0 | .380 | 0.0 | .478 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | .526 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 1.0 | 0.6 | | 0.7 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.8 | 0.9 | 0.1 | 0.3 | 0.2 | 0.8 | 0.4 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X16 | Pearson | .292 | .253 | 0.2 | .276 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | .261 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | .324 | .462 | 0.1 | 1.0 | 0.0 | .547 | 0.0 | .432 | 0.1 | .320 | 0.1 | .239 | .226 | 0.1 | -0.1 | 0.1 | .460 | .345 | .449 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.8 | 0.7 | 0.1 | 0.6 | 0.0 | 0.1 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | | 0.7 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.5 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.6 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X17 | Pearson | -0.1 | -0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | .247 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | .251 | -.267 | -0.1 | .332 | 0.0 | 1.0 | -0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.2 | -0.1 | .415 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | .243 | 0.0 | 0.0 | .260 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.3 | 0.5 | 0.9 | 0.8 | 0.2 | 1.0 | 0.1 | 0.0 | 1.0 | 0.5 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.7 | | 0.2 | 0.1 | 0.8 | 0.1 | 0.6 | 0.0 | 0.2 | 0.9 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.8 | 0.7 | .021 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X18 | Pearson | .302 | 0.2 | 0.1 | .336 | .262 | 0.0 | .251 | 0.1 | 0.2 | .247 | .239 | .222 | .308 | .447 | 0.2 | .547 | -0.1 | 1.0 | 0.0 | .593 | 0.0 | .451 | 0.0 | .245 | .292 | .269 | 0.1 | -0.1 | .373 | .413 | .514 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.6 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | | 0.8 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.6 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X19 | Pearson | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | .420 | 0.2 | .466 | -0.1 | .568 | .235 | .459 | 0.0 | 0.0 | .589 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | .442 | 0.1 | .379 | -0.1 | 0.1 | .336 | .315 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .569 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.4 | 0.1 | 0.2 | 0.5 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 1.0 | 0.0 | 0.8 | 0.1 | 0.8 | | 0.7 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| X20 | Pearson | .371 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.2 | -0.1 | .270 | 0.0 | .429 | 0.2 | 0.1 | .255 | .332 | 0.2 | 0.0 | .432 | 0.0 | .593 | 0.0 | 1.0 | -0.1 | .588 | 0.0 | .276 | .336 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | .436 | .380 | .426 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.6 | 0.7 | 0.1 | 0.2 | 0.6 | 0.0 | 1.0 | 0.0 | 0.2 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.9 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.7 | | 0.6 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.6 | 1.0 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X21 | Pearson | 0.1 | 0.2 | .294 | 0.1 | .257 | .311 | 0.2 | .389 | 0.0 | .306 | 0.2 | .301 | -0.1 | 0.1 | .380 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | .442 | -0.1 | 1.0 | 0.0 | .328 | 0.1 | 0.2 | .255 | .243 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | .497 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.6 | 0.1 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.7 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.7 | 0.0 | 0.6 | | 0.9 | 0.0 | 0.6 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.4 | 0.7 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X22 | Pearson | .423 | .249 | 0.0 | .233 | 0.1 | -0.1 | .300 | 0.0 | .295 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .441 | .263 | 0.0 | .320 | -0.1 | .451 | 0.1 | .588 | 0.0 | 1.0 | 0.1 | .352 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | .290 | .398 | .435 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.6 | 0.5 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.9 | | 0.5 | 0.0 | 0.5 | 0.7 | 0.2 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X23 | Pearson | -0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | .397 | 0.1 | .226 | 0.0 | .224 | 0.0 | 0.1 | .478 | 0.1 | .415 | 0.0 | .379 | 0.0 | .328 | 0.1 | 1.0 | 0.1 | -0.1 | -0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | .361 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.4 | 0.8 | 0.7 | 0.9 | 0.3 | 0.3 | 0.8 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.7 | 0.6 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.5 | | 0.3 | 0.4 | 0.5 | 0.1 | 0.3 | 0.8 | 0.7 | .001 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X24 | Pearson | .302 | .249 | 0.1 | .328 | 0.1 | 0.0 | .418 | -0.1 | .292 | -.289 | .225 | -0.1 | .329 | .351 | 0.0 | .239 | 0.1 | .245 | -0.1 | .276 | 0.1 | .352 | 0.1 | 1.0 | .273 | .262 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | .358 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.3 | 0.9 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.3 | | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.2 | 0.3 | 0.3 | .001 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X25 | Pearson | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | .278 | 0.1 | 0.2 | .252 | .344 | 0.0 | .369 | 0.0 | .226 | 0.0 | .292 | 0.1 | .336 | 0.2 | 0.1 | -0.1 | .273 | 1.0 | .339 | 0.2 | 0.0 | .364 | 0.1 | .430 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.3 | 0.2 | 0.5 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.2 | 0.5 | 0.4 | 0.0 | | 0.0 | 0.1 | 0.8 | 0.0 | 0.3 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X26 | Pearson | 0.2 | .358 | .226 | .365 | .392 | .312 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .312 | .416 | .298 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .269 | .336 | 0.1 | .255 | 0.0 | -0.1 | .262 | .339 | 1.0 | .224 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | .555 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.7 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | | 0.0 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X27 | Pearson | 0.0 | .271 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | .301 | -0.1 | .237 | .257 | .231 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | -0.1 | 0.1 | 0.1 | .315 | 0.1 | .243 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | .224 | 1.0 | .222 | 0.2 | 0.0 | .407 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.8 | 0.0 | 0.9 | 0.2 | 0.3 | 0.3 | 0.1 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 0.1 | 0.3 | 0.6 | 0.2 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | 0.4 | 0.1 | 0.0 | | 0.0 | 0.1 | 1.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X28 | Pearson | 0.1 | .283 | 0.0 | .242 | 0.1 | 0.2 | .299 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | .243 | -0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | .222 | 1.0 | 0.1 | 0.2 | .370 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.4 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.5 | 0.2 | 0.9 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.4 | 0.0 | 0.5 | 0.1 | 1.0 | 0.3 | 0.5 | 0.3 | 0.2 | 0.8 | 0.4 | 0.0 | | 0.3 | 0.1 | .001 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| X29 | Pearson | .232 | .263 | 0.1 | .231 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | .311 | .242 | .355 | 0.1 | 0.2 | 0.0 | .460 | 0.0 | .373 | 0.1 | .436 | 0.1 | .290 | 0.0 | 0.1 | .364 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.0 | .463 | .483 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | 0.3 | 0.8 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 0.1 | 0.8 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.8 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | | 0.0 | .000 |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| X29 | Pearson | .232 [*] | .263 [*] | 0.1 | .231 [*] | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.1 | .311 ^{**} | .242 [*] | .355 ^{**} | 0.1 | 0.2 | 0.0 | .460 ^{**} | 0.0 | .373 ^{**} | 0.1 | .436 ^{**} | 0.1 | .290 ^{**} | 0.0 | 0.1 | .364 ^{**} | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 1.0 | .463 ^{**} | .483 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | 0.3 | 0.8 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.7 | 0.1 | 0.8 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 0.8 | 0.3 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.0 | .000 | |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | |
| X30 | Pearson | .326 ^{**} | 0.1 | -0.1 | .342 ^{**} | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | .305 ^{**} | 0.2 | .233 [*] | 0.2 | .231 [*] | 0.1 | 0.1 | .345 ^{**} | 0.0 | .413 ^{**} | 0.2 | .380 ^{**} | 0.0 | .398 ^{**} | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | .463 ^{**} | 1.0 | .409 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | 0.0 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 0.7 | 0.7 | 0.4 | 0.7 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 0.4 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 0.7 | 0.3 | 0.3 | 0.2 | 1.0 | 0.1 | 0.0 | .000 | |
| | N | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | 79.0 | |
| Total | Pearson | .386 ^{**} | .476 ^{**} | .350 ^{**} | .496 ^{**} | .396 ^{**} | .461 ^{**} | .402 ^{**} | .514 ^{**} | .302 ^{**} | .619 ^{**} | .384 ^{**} | .635 ^{**} | .329 ^{**} | .448 ^{**} | .526 ^{**} | .449 ^{**} | .260 ^{**} | .514 ^{**} | .569 ^{**} | .426 ^{**} | .497 ^{**} | .435 ^{**} | .361 ^{**} | .358 ^{**} | .430 ^{**} | .555 ^{**} | .407 ^{**} | .370 ^{**} | .483 ^{**} | .409 ^{**} | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | .000 |
| | N | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 | 79.00 |

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

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

Keterangan: Item dinyatakan valid apabila memenuhi dua hal, yaitu Sig. hitung < 0.05 dan r-hitung > 0.300 (Sugiyono, 2009: 353).
Item *influencer* nomor urut 17 dinyatakan tidak valid dan digugurkan.

Lampiran 8. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen Motivasi Berprestasi

Ringkasan Hasil Analisis Korelasi antar-Butir: Validasi Instrumen Motivasi Berprestasi

| | | X01 | X02 | X03 | X04 | X05 | X06 | X07 | X08 | X09 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 | X16 | X17 | X18 | X19 | X20 | X21 | X22 | X23 | X24 | X25 | Total |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|-------|--------|
| X01 | Pearson Correlation | 1 | .346** | .527** | .006 | .177 | -.071 | .229* | .277* | -.132 | .255* | .107 | .194 | .171 | .166 | .279* | -.121 | .291** | .170 | .229* | .216 | .302** | .304** | .021 | .325** | .173 | .478** |
| | Sig. (2-tailed) | | .002 | .000 | .958 | .118 | .537 | .042 | .013 | .248 | .024 | .349 | .087 | .132 | .143 | .013 | .287 | .009 | .134 | .043 | .056 | .007 | .007 | .855 | .003 | .127 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X02 | Pearson Correlation | .346** | 1 | .460** | .085 | -.045 | .259* | .286* | .602** | -.102 | .631** | .087 | .164 | .275* | .214 | .007 | .157 | -.012 | .327** | .257* | .371** | -.124 | .592** | -.294** | .374** | -.080 | .521** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | | .000 | .459 | .691 | .021 | .011 | .000 | .371 | .000 | .444 | .149 | .014 | .058 | .949 | .167 | .915 | .003 | .022 | .001 | .275 | .000 | .009 | .001 | .486 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X03 | Pearson Correlation | .527** | .460** | 1 | -.103 | .043 | .019 | .423** | .333** | .267* | .310** | .153 | .156 | .303** | .177 | .049 | -.081 | .114 | -.037 | .414** | .192 | .218 | .381** | .042 | .260* | .074 | .462** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .367 | .707 | .869 | .000 | .003 | .017 | .005 | .179 | .171 | .007 | .118 | .666 | .479 | .316 | .747 | .000 | .091 | .054 | .001 | .715 | .021 | .518 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X04 | Pearson Correlation | .006 | .085 | -.103 | 1 | .068 | .186 | .077 | .053 | .037 | .111 | -.209 | -.132 | .081 | -.169 | .269* | .023 | .156 | .182 | -.102 | .145 | .156 | .039 | -.027 | .049 | .106 | .244* |
| | Sig. (2-tailed) | .958 | .459 | .367 | | .552 | .100 | .503 | .646 | .748 | .328 | .064 | .247 | .478 | .136 | .016 | .838 | .170 | .109 | .372 | .202 | .170 | .734 | .815 | .666 | .354 | .030 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X05 | Pearson Correlation | .177 | .045 | .043 | .068 | 1 | .238* | .152 | .119 | -.123 | .027 | .145 | -.019 | .082 | .317* | .299** | -.044 | .081 | .240* | .031 | -.142 | -.022 | -.148 | -.085 | -.067 | .091 | .303** |
| | Sig. (2-tailed) | .118 | .691 | .707 | .552 | | .034 | .181 | .296 | .282 | .813 | .204 | .865 | .472 | .004 | .007 | .701 | .478 | .033 | .784 | .213 | .847 | .192 | .454 | .556 | .425 | .007 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X06 | Pearson Correlation | -.071 | .259* | .019 | .186 | .238* | 1 | .081 | .159 | .269* | .250* | .274* | -.236* | .057 | .374** | .419** | .030 | .158 | .268* | .130 | .127 | .010 | .138 | -.077 | .056 | -.088 | .432** |
| | Sig. (2-tailed) | .537 | .021 | .869 | .100 | .034 | | .477 | .163 | .016 | .026 | .015 | .036 | .618 | .001 | .000 | .791 | .163 | .017 | .252 | .266 | .931 | .226 | .502 | .624 | .443 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X07 | Pearson Correlation | .229* | .286* | .423** | .077 | .152 | .081 | 1 | .353** | .076 | .303** | .087 | .165 | .360** | .184 | .143 | .209 | .228* | -.004 | .388** | .161 | .272* | .250* | .109 | .193 | .183 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | .042 | .011 | .000 | .503 | .181 | .477 | | .001 | .504 | .007 | .447 | .147 | .001 | .104 | .209 | .065 | .043 | .971 | .000 | .156 | .015 | .026 | .341 | .088 | .107 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X08 | Pearson Correlation | .277* | .602** | .333** | .053 | .119 | .159 | .353** | 1 | -.065 | .616** | .105 | .282* | .230* | .247* | -.034 | .216 | -.006 | .319** | .196 | .299** | .260* | .444** | -.077 | .466** | .020 | .560** |
| | Sig. (2-tailed) | .013 | .000 | .003 | .646 | .296 | .163 | .001 | | .571 | .000 | .357 | .012 | .041 | .028 | .765 | .056 | .955 | .004 | .084 | .007 | .020 | .000 | .498 | .000 | .862 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X09 | Pearson Correlation | .132 | -.102 | .267* | .037 | .123 | .269* | .076 | -.065 | 1 | -.092 | .218 | -.130 | -.103 | .209 | .291** | -.065 | .169 | .088 | .091 | .120 | .089 | .003 | .344** | -.029 | -.051 | .314** |
| | Sig. (2-tailed) | .248 | .371 | .017 | .748 | .282 | .016 | .504 | .571 | | .422 | .054 | .254 | .366 | .065 | .009 | .571 | .136 | .441 | .423 | .292 | .436 | .977 | .002 | .797 | .658 | .005 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X10 | Pearson Correlation | .255* | .631** | .310** | .111 | .027 | .250* | .303** | .616** | -.092 | 1 | .056 | .334** | .529** | .256* | -.004 | .127 | .034 | .324** | .351** | .474** | .400** | .662** | -.118 | .537** | .052 | .632** |
| | Sig. (2-tailed) | .024 | .000 | .005 | .328 | .813 | .026 | .007 | .000 | .422 | | .624 | .003 | .000 | .023 | .973 | .264 | .768 | .004 | .002 | .000 | .000 | .000 | .302 | .000 | .648 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------|---------------------|---------------------|---------------------|
| X11 | Pearson Correlation | .107 | .087 | -.153 | -.209 | .145 | .274 ^{**} | .087 | -.105 | .218 | .056 | 1 | .014 | .088 | .357 ^{***} | .273 [*] | -.071 | .192 | .088 | .258 [*] | .118 | .103 | .054 | .145 | .140 | .041 | .380 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .349 | .444 | .179 | .064 | .204 | .015 | .447 | .357 | .054 | .624 | | .902 | .440 | .001 | .015 | .531 | .090 | .441 | .022 | .299 | .368 | .638 | .202 | .220 | .719 | .001 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X12 | Pearson Correlation | .194 | .164 | -.156 | .132 | -.019 | -.236 ^{**} | -.165 | .282 [*] | -.130 | .334 ^{***} | .014 | 1 | .186 | -.032 | -.135 | .233 [*] | .071 | .015 | .116 | .325 ^{***} | .162 | .373 ^{***} | .129 | .242 [*] | .355 ^{***} | .351 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .087 | .149 | .171 | .247 | .865 | .036 | .147 | .012 | .254 | .003 | .902 | | .100 | .782 | .235 | .039 | .534 | .893 | .307 | .003 | .154 | .001 | .258 | .032 | .001 | .002 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X13 | Pearson Correlation | .171 | .275 [*] | .303 ^{***} | .081 | .082 | .057 | .360 ^{***} | .230 [*] | -.103 | .529 ^{***} | .088 | .186 | 1 | .203 | .055 | -.011 | .046 | .119 | .417 ^{***} | .142 | .451 ^{***} | .400 ^{***} | .117 | .227 [*] | .103 | .459 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .132 | .014 | .007 | .478 | .472 | .618 | .001 | .041 | .366 | .000 | .440 | .100 | | .072 | .630 | .927 | .686 | .297 | .000 | .212 | .000 | .000 | .303 | .044 | .368 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X14 | Pearson Correlation | .166 | .214 | -.177 | -.169 | .317 ^{**} | .374 ^{**} | -.184 | .247 [*] | .209 | .256 [*] | .357 ^{***} | -.032 | .203 | 1 | .368 ^{***} | -.002 | .012 | .339 ^{***} | .265 [*] | .123 | .175 | .231 [*] | -.087 | .309 ^{**} | -.070 | .518 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .143 | .058 | .118 | .136 | .004 | .001 | .104 | .028 | .065 | .023 | .001 | .782 | .072 | | .001 | .988 | .915 | .002 | .018 | .279 | .124 | .040 | .447 | .006 | .539 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X15 | Pearson Correlation | .279 [*] | .007 | .049 | .269 [*] | .299 ^{**} | .419 ^{***} | .143 | -.034 | .291 ^{**} | -.004 | .273 [*] | -.135 | .055 | .368 ^{***} | 1 | .014 | .451 ^{***} | .324 ^{***} | .228 [*] | .131 | .170 | -.088 | -.044 | .033 | .222 [*] | .490 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .013 | .949 | .666 | .016 | .007 | .000 | .209 | .765 | .009 | .973 | .015 | .235 | .630 | .001 | | .902 | .000 | .004 | .043 | .252 | .135 | .442 | .698 | .774 | .049 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X16 | Pearson Correlation | -.121 | .157 | -.081 | .023 | -.044 | .030 | .209 | .216 | -.065 | .127 | -.071 | .233 [*] | -.011 | -.002 | .014 | 1 | -.085 | .154 | .081 | -.004 | .024 | .089 | .051 | .183 | .303 ^{**} | .243 [*] |
| | Sig. (2-tailed) | .287 | .167 | .479 | .838 | .701 | .791 | .065 | .056 | .571 | .264 | .531 | .039 | .927 | .988 | .902 | | .456 | .175 | .479 | .969 | .831 | .433 | .656 | .107 | .007 | .031 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X17 | Pearson Correlation | .291 ^{**} | -.012 | .114 | .156 | .081 | .158 | .228 [*] | -.006 | .169 | .034 | .192 | .071 | .046 | .012 | .451 ^{***} | 1 | .183 | .074 | .171 | -.008 | -.047 | .150 | -.089 | .166 | .350 ^{***} | |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | .915 | .316 | .170 | .478 | .163 | .043 | .955 | .136 | .768 | .090 | .534 | .686 | .915 | .000 | | .107 | .517 | .133 | .945 | .682 | .187 | .435 | .144 | .002 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | |
| X18 | Pearson Correlation | .170 | .327 ^{**} | -.037 | .182 | .240 [*] | .268 ^{**} | -.004 | .319 ^{***} | .088 | .324 ^{***} | .088 | .015 | .119 | .339 ^{***} | .324 ^{***} | .154 | .183 | 1 | .204 | .311 ^{***} | .116 | .276 [*] | .022 | .269 [*] | .006 | .524 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .134 | .003 | .747 | .109 | .033 | .017 | .971 | .004 | .441 | .004 | .441 | .893 | .297 | .002 | .004 | .175 | .107 | | .072 | .005 | .310 | .014 | .850 | .017 | .961 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X19 | Pearson Correlation | .229 [*] | .257 [*] | .414 ^{***} | -.102 | .031 | .130 | .388 ^{***} | .196 | .091 | .351 ^{***} | .258 [*] | -.116 | .417 ^{***} | .265 [*] | .228 [*] | .081 | .074 | .204 | 1 | .357 ^{***} | .371 ^{***} | .448 ^{***} | -.013 | .162 | .168 | .515 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .043 | .022 | .000 | .372 | .784 | .252 | .000 | .084 | .423 | .002 | .022 | .307 | .000 | .018 | .043 | .479 | .517 | .072 | | .001 | .001 | .000 | .908 | .153 | .139 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X20 | Pearson Correlation | .216 | .371 ^{**} | -.192 | .145 | -.142 | .127 | .161 | .299 ^{**} | .120 | .474 ^{***} | .118 | .325 ^{**} | -.142 | .123 | .131 | -.004 | .171 | .311 ^{***} | .357 ^{***} | 1 | .178 | .470 ^{**} | .022 | .304 ^{***} | .220 | .516 ^{***} |
| | Sig. (2-tailed) | .056 | .001 | .091 | .202 | .213 | .266 | .156 | .007 | .292 | .000 | .299 | .003 | .212 | .279 | .252 | .969 | .133 | .005 | .001 | | .117 | .000 | .847 | .006 | .051 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|---------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| X21 | Pearson Correlation | .302** | .124 | .218 | .156 | -.022 | .010 | .272* | .260* | .089 | .400** | .103 | .162 | .451** | .175 | .170 | .024 | -.008 | .116 | .371** | .178 | 1 | .409** | .048 | .367** | .168 | .459** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | .275 | .054 | .170 | .847 | .931 | .015 | .020 | .436 | .000 | .368 | .154 | .000 | .124 | .135 | .831 | .945 | .310 | .001 | .117 | .000 | .677 | .001 | .140 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X22 | Pearson Correlation | .304** | .592** | .381** | .039 | -.148 | .138 | .250* | .444** | .003 | .662** | .054 | .373** | .400** | .231* | -.088 | .089 | -.047 | .276* | .448** | .470** | .409** | 1 | -.193 | .465** | .034 | .540** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | .000 | .001 | .734 | .192 | .226 | .026 | .000 | .977 | .000 | .638 | .001 | .000 | .040 | .442 | .433 | .682 | .014 | .000 | .000 | .000 | .089 | .000 | .768 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X23 | Pearson Correlation | .021 | -.294** | .042 | -.027 | -.085 | -.077 | .109 | -.077 | .344** | -.118 | .145 | .129 | .117 | -.087 | -.044 | .051 | .150 | .022 | -.013 | .022 | .048 | -.193 | 1 | -.018 | .045 | .142 |
| | Sig. (2-tailed) | .855 | .009 | .715 | .815 | .454 | .502 | .341 | .498 | .002 | .302 | .202 | .258 | .303 | .447 | .698 | .656 | .187 | .850 | .908 | .847 | .677 | .089 | .873 | .696 | .213 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X24 | Pearson Correlation | .325** | .374** | .260* | .049 | -.067 | -.056 | .193 | .466** | -.029 | .537** | .140 | .242* | .227* | .309** | .033 | .183 | -.089 | .269* | .162 | .304** | .367** | .465** | -.018 | 1 | .222* | .521** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .001 | .021 | .666 | .556 | .624 | .088 | .000 | .797 | .000 | .220 | .032 | .044 | .006 | .774 | .107 | .435 | .017 | .153 | .006 | .001 | .000 | .873 | .049 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X25 | Pearson Correlation | .173 | -.080 | .074 | .106 | .091 | -.088 | .183 | .020 | -.051 | .052 | .041 | .355** | .103 | -.070 | .222* | .303** | .166 | .006 | .168 | .220 | .168 | .034 | .045 | .222* | 1 | .320** |
| | Sig. (2-tailed) | .127 | .486 | .518 | .354 | .425 | .443 | .107 | .862 | .658 | .648 | .719 | .001 | .368 | .539 | .049 | .007 | .144 | .961 | .139 | .051 | .140 | .768 | .696 | .049 | .004 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| Total | Pearson Correlation | .478** | .521** | .462** | .244* | .303** | .432** | .514** | .560** | .314** | .632** | .380** | .351** | .459** | .518** | .490** | .243* | .350** | .524** | .515** | .516** | .459** | .540** | .142 | .521** | .320** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .030 | .007 | .000 | .000 | .000 | .005 | .000 | .001 | .002 | .000 | .000 | .000 | .031 | .002 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .213 | .000 | .004 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

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

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

Keterangan: Item dinyatakan valid apabila memenuhi dua hal, yaitu Sig. hitung < 0.05 dan r-hitung > 0.300 (Sugiyono, 2009: 353).
Item motivasi berprestasi nomor urut 4, 16, dan 23 dinyatakan tidak valid dan digugurkan.

Lampiran 9. Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kesadaran Berolahraga

Ringkasan Hasil Analisis Korelasi antar-Butir: Validasi Instrumen Kesadaran Berolahraga

| | | X01 | X02 | X03 | X04 | X05 | X06 | X07 | X08 | X09 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 | X15 | X16 | X17 | X18 | X19 | X20 | X21 | X22 | X23 | X24 | X25 | Total |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|
| X01 | Pearson Correlation | 1 | .299** | .146 | .123 | .358** | .140 | .422** | .218 | .461** | .337** | -.013 | .012 | .400** | -.028 | .403** | .215 | .358** | .134 | -.009 | -.030 | .071 | .158 | .129 | .469** | .033 | .421** |
| | Sig. (2-tailed) | | .007 | .200 | .281 | .001 | .217 | .000 | .053 | .000 | .002 | .910 | .915 | .000 | .805 | .000 | .057 | .001 | .239 | .940 | .794 | .535 | .165 | .257 | .000 | .770 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X02 | Pearson Correlation | .299** | 1 | .153 | .182 | .198 | .265* | .241* | .301** | .184 | .447** | .034 | .093 | .375** | .041 | .183 | .186 | .374** | .326** | .214 | .263* | .132 | .156 | .073 | .235* | .292** | .465** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | | .178 | .108 | .080 | .018 | .032 | .007 | .104 | .000 | .769 | .415 | .001 | .722 | .106 | .100 | .001 | .003 | .058 | .019 | .248 | .171 | .523 | .037 | .009 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X03 | Pearson Correlation | .146 | .153 | 1 | .387** | .333** | .162 | .208 | .117 | .166 | .194 | .122 | .122 | .230* | .257* | .102 | .322** | .082 | .360** | .181 | .210 | .080 | .015 | -.096 | .170 | .201 | .425** |
| | Sig. (2-tailed) | .200 | .178 | | .000 | .003 | .153 | .065 | .306 | .145 | .087 | .283 | .283 | .041 | .022 | .372 | .004 | .473 | .001 | .111 | .063 | .484 | .893 | .400 | .134 | .075 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X04 | Pearson Correlation | .123 | .182 | .387** | 1 | .106 | .099 | .039 | .173 | .019 | .170 | .113 | .204 | .095 | .376** | .118 | .269* | .147 | .330** | .345** | .332** | .409** | .214 | .069 | .095 | .282* | .472** |
| | Sig. (2-tailed) | .281 | .108 | .000 | | .353 | .388 | .730 | .128 | .868 | .134 | .321 | .072 | .406 | .001 | .300 | .017 | .195 | .003 | .002 | .003 | .000 | .058 | .544 | .403 | .012 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X05 | Pearson Correlation | .358** | .198 | .333** | .106 | 1 | .223* | .219 | .228* | .395** | .282* | .282* | .223 | .370** | .265* | .373** | .235* | .311** | .176 | .080 | .183 | .143 | .209 | .085 | .283* | .134 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .080 | .003 | .353 | | .048 | .053 | .043 | .000 | .012 | .012 | .048 | .001 | .018 | .001 | .037 | .005 | .121 | .482 | .106 | .209 | .065 | .454 | .012 | .240 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X06 | Pearson Correlation | .140 | .265* | .162 | .099 | .223* | 1 | .292** | .460** | .153 | .318** | .107 | .124 | .289** | .233* | .200 | .263* | .350** | .011 | .000 | .047 | .013 | -.006 | .013 | .058 | .124 | .370** |
| | Sig. (2-tailed) | .217 | .018 | .153 | .388 | .048 | | .009 | .000 | .179 | .004 | .350 | .278 | .010 | .039 | .077 | .019 | .002 | .924 | .999 | .678 | .912 | .961 | .912 | .609 | .277 | .001 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X07 | Pearson Correlation | .422** | .241* | .208 | .039 | .219 | .292** | 1 | .337** | .388** | .398** | -.112 | .044 | .348** | .074 | .366** | .216 | .408** | .139 | -.076 | -.007 | .023 | .061 | .023 | .296** | .021 | .389** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .032 | .065 | .730 | .053 | .009 | | .002 | .000 | .000 | .324 | .697 | .002 | .518 | .001 | .056 | .000 | .221 | .505 | .952 | .839 | .592 | .843 | .008 | .851 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X08 | Pearson Correlation | .218 | .301** | .117 | .173 | .228* | .460** | .337** | 1 | .231* | .602** | .120 | .414** | .272* | .245* | .089 | .307** | .413** | .147 | .014 | .280* | .227* | .270* | .177 | .381** | .268* | .552** |
| | Sig. (2-tailed) | .053 | .007 | .306 | .128 | .043 | .000 | .002 | | .040 | .000 | .290 | .000 | .015 | .030 | .436 | .006 | .000 | .197 | .902 | .012 | .044 | .016 | .118 | .001 | .017 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|----|
| X09 | Pearson Correlation | .461** | .184 | .166 | .019 | .395** | .153 | .388** | .231* | 1 | .459** | .179 | -.018 | .563** | -.016 | .484** | .242* | .502** | .132 | -.023 | .092 | .217 | .123 | .107 | .312** | .035 | .461** | |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .104 | .145 | .868 | .000 | .179 | .000 | .040 | | .000 | .115 | .876 | .000 | .887 | .000 | .032 | .000 | .247 | .842 | .422 | .054 | .280 | .347 | .005 | .762 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X10 | Pearson Correlation | .337** | .447** | .194 | .170 | .282* | .318** | .398** | .602** | .459** | 1 | .077 | .229* | .367** | .111 | .260* | .307** | .527** | .178 | .076 | .146 | .181 | .264* | .243* | .391** | .330** | .585** | |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .000 | .087 | .134 | .012 | .004 | .000 | .000 | .000 | | .500 | .043 | .001 | .332 | .021 | .006 | .000 | .117 | .506 | .201 | .111 | .019 | .031 | .000 | .003 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X11 | Pearson Correlation | -.013 | .034 | .122 | .113 | .282* | .107 | -.112 | .120 | .179 | .077 | 1 | .202 | .124 | .342** | .149 | .449** | -.068 | .357** | .437** | .465** | .220 | .172 | .088 | .183 | .382** | .464** | |
| | Sig. (2-tailed) | .910 | .769 | .283 | .321 | .012 | .350 | .324 | .290 | .115 | .500 | | .075 | .277 | .002 | .189 | .000 | .549 | .001 | .000 | .000 | .051 | .130 | .443 | .106 | .001 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X12 | Pearson Correlation | .012 | .093 | .122 | .204 | .223* | .124 | .044 | .414** | -.018 | .229* | .202 | 1 | -.009 | .484** | .148 | .375** | .221 | .295** | .323** | .354** | .415** | .176 | .143 | .139 | .470** | .514** | |
| | Sig. (2-tailed) | .915 | .415 | .283 | .072 | .048 | .278 | .697 | .000 | .876 | .043 | .075 | | .937 | .000 | .193 | .001 | .051 | .008 | .004 | .001 | .000 | .120 | .209 | .221 | .000 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X13 | Pearson Correlation | .400** | .375** | .230* | .095 | .370** | .289** | .348** | .272* | .563** | .367** | .124 | -.009 | 1 | -.085 | .516** | .196 | .432** | .188 | .015 | .064 | .113 | .183 | -.044 | .350** | .181 | .473** | |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .041 | .406 | .001 | .010 | .002 | .015 | .000 | .001 | .277 | .937 | | .457 | .000 | .084 | .000 | .097 | .893 | .576 | .322 | .107 | .701 | .002 | .110 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X14 | Pearson Correlation | -.028 | .041 | .257* | .376** | .265* | .233* | .074 | .245* | -.016 | .111 | .342** | .484** | -.085 | 1 | .042 | .562** | -.018 | .355** | .357** | .542** | .407** | .184 | .146 | .070 | .413** | .550** | |
| | Sig. (2-tailed) | .805 | .722 | .022 | .001 | .018 | .039 | .518 | .030 | .887 | .332 | .002 | .000 | .457 | | .713 | .000 | .872 | .001 | .001 | .000 | .000 | .105 | .199 | .542 | .000 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X15 | Pearson Correlation | .403** | .183 | .102 | .118 | .373** | .200 | .366** | .089 | .484** | .260* | .149 | .148 | .516** | .042 | 1 | .262* | .514** | .274* | .173 | .249* | .255* | .189 | .061 | .307** | .152 | .515** | |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .106 | .372 | .300 | .001 | .077 | .001 | .436 | .000 | .021 | .189 | .193 | .000 | .713 | | .020 | .000 | .015 | .126 | .027 | .023 | .095 | .595 | .006 | .181 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X16 | Pearson Correlation | .215 | .186 | .322** | .269* | .235* | .263* | .216 | .307** | .242* | .307** | .449** | .375** | .196 | .562** | .262* | 1 | .081 | .566** | .418** | .441** | .230* | .191 | .054 | .313** | .506** | .680** | |
| | Sig. (2-tailed) | .057 | .100 | .004 | .017 | .037 | .019 | .056 | .006 | .032 | .006 | .000 | .001 | .084 | .000 | .020 | | .477 | .000 | .000 | .000 | .042 | .092 | .639 | .005 | .000 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X17 | Pearson Correlation | .358** | .374** | .082 | .147 | .311** | .350** | .408** | .413** | .502** | .527** | -.068 | .221 | .432** | -.018 | .514** | .081 | 1 | .118 | .030 | .038 | .313** | .182 | .105 | .260* | .108 | .484** | |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .001 | .473 | .195 | .005 | .002 | .000 | .000 | .000 | .000 | .549 | .051 | .000 | .872 | .000 | .477 | | .300 | .791 | .741 | .005 | .108 | .357 | .020 | .344 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X18 | Pearson Correlation | .134 | .326** | .360** | .330** | .176 | .011 | .139 | .147 | .132 | .178 | .357** | .295** | .188 | .355** | .274 | .566** | .118 | 1 | .614** | .576** | .385** | .228 | .209 | .329** | .445** | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | .239 | .003 | .001 | .003 | .121 | .924 | .221 | .197 | .247 | .117 | .001 | .008 | .097 | .001 | .015 | .000 | .300 | | .000 | .000 | .000 | .044 | .065 | .003 | .000 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X19 | Pearson Correlation | -.009 | .214 | .181 | .345** | .080 | .000 | -.076 | .014 | -.023 | .076 | .437** | .323** | .015 | .357** | .173 | .418** | .030 | .614** | 1 | .463** | .500** | .137 | .217 | .034 | .392** | .510** |
| | Sig. (2-tailed) | .940 | .058 | .111 | .002 | .482 | .999 | .505 | .902 | .842 | .506 | .000 | .004 | .893 | .001 | .126 | .000 | .791 | .000 | | .000 | .000 | .230 | .054 | .768 | .000 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X20 | Pearson Correlation | -.030 | .263** | .210 | .332** | .183 | .047 | -.007 | .280 | .092 | .146 | .465** | .354** | .064 | .542** | .249 | .441** | .038 | .576** | .463** | 1 | .512** | .382** | .207 | .266** | .497** | .638** |
| | Sig. (2-tailed) | .794 | .019 | .063 | .003 | .106 | .678 | .952 | .012 | .422 | .201 | .000 | .001 | .576 | .000 | .027 | .000 | .741 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .068 | .018 | .000 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X21 | Pearson Correlation | .071 | .132 | .080 | .409** | .143 | .013 | .023 | .227 | .217 | .181 | .220 | .415** | .113 | .407** | .255 | .230 | .313** | .385** | .500** | .512** | 1 | .375** | .172 | .059 | .317** | .560** |
| | Sig. (2-tailed) | .535 | .248 | .484 | .000 | .209 | .912 | .839 | .044 | .054 | .111 | .051 | .000 | .322 | .000 | .023 | .042 | .005 | .000 | .000 | .000 | | .001 | .129 | .605 | .004 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X22 | Pearson Correlation | .158 | .156 | .015 | .214 | .209 | -.006 | .061 | .270 | .123 | .264 | .172 | .176 | .183 | .184 | .189 | .191 | .182 | .228 | .137 | .382** | .375** | 1 | .048 | .265 | .250 | .439** |
| | Sig. (2-tailed) | .165 | .171 | .893 | .058 | .065 | .961 | .592 | .016 | .280 | .019 | .130 | .120 | .107 | .105 | .095 | .092 | .108 | .044 | .230 | .001 | .001 | | .672 | .018 | .026 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X23 | Pearson Correlation | .129 | .073 | -.096 | .069 | .085 | .013 | .023 | .177 | .107 | .243 | .088 | .143 | -.044 | .146 | .061 | .054 | .105 | .209 | .217 | .207 | .172 | .048 | 1 | .132 | .343** | .303** |
| | Sig. (2-tailed) | .257 | .523 | .400 | .544 | .454 | .912 | .843 | .118 | .347 | .031 | .443 | .209 | .701 | .199 | .595 | .639 | .357 | .065 | .054 | .068 | .129 | .672 | | .247 | .002 | .007 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X24 | Pearson Correlation | .469** | .235* | .170 | .095 | .283* | .058 | .296** | .381** | .312** | .391** | .183 | .139 | .350** | .070 | .307** | .313** | .260 | .329** | .034 | .266* | .059 | .265* | .132 | 1 | .254* | .505** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .037 | .134 | .403 | .012 | .609 | .008 | .001 | .005 | .000 | .106 | .221 | .002 | .542 | .006 | .005 | .020 | .003 | .768 | .018 | .605 | .018 | .247 | | .024 | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| X25 | Pearson Correlation | .033 | .292** | .201 | .282* | .134 | .124 | .021 | .268* | .035 | .330** | .382** | .470** | .181 | .413** | .152 | .506** | .108 | .445** | .392** | .497** | .317** | .250* | .343** | .254* | 1 | .622** |
| | Sig. (2-tailed) | .770 | .009 | .075 | .012 | .240 | .277 | .851 | .017 | .762 | .003 | .001 | .000 | .110 | .000 | .181 | .000 | .344 | .000 | .000 | .000 | .004 | .026 | .002 | .024 | | .000 |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |
| Total | Pearson Correlation | .421** | .465** | .425** | .472** | .514** | .370** | .389** | .552** | .461** | .585** | .464** | .514** | .473** | .550** | .515** | .680** | .484** | .656** | .510** | .638** | .560** | .439** | .303** | .505** | .622** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .007 | .000 | .000 | |
| | N | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 | 79 |

Keterangan: Item dinyatakan valid apabila memenuhi dua hal, yaitu Sig. hitung < 0.05 dan r-hitung > 0.300 (Sugiyono, 2009: 353).

Lampiran 10. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen *Influencer*

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 79 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 79 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .858 | 30 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X01 | 84.9241 | 143.045 | .337 | .855 |
| X02 | 85.4430 | 140.147 | .422 | .853 |
| X03 | 85.5823 | 141.221 | .273 | .857 |
| X04 | 85.4430 | 139.917 | .444 | .852 |
| X05 | 85.4177 | 141.862 | .339 | .855 |
| X06 | 85.8734 | 138.625 | .392 | .853 |
| X07 | 85.3797 | 141.957 | .347 | .855 |
| X08 | 85.7595 | 135.826 | .439 | .852 |
| X09 | 85.2658 | 143.505 | .239 | .857 |
| X10 | 85.7848 | 132.402 | .553 | .848 |
| X11 | 85.3671 | 141.646 | .321 | .855 |
| X12 | 85.6329 | 133.851 | .579 | .847 |
| X13 | 85.1266 | 143.702 | .275 | .856 |
| X14 | 85.2405 | 141.031 | .395 | .853 |
| X15 | 85.4051 | 135.757 | .455 | .851 |
| X16 | 85.3291 | 140.095 | .389 | .853 |
| X17 | 85.8481 | 143.592 | .180 | .860 |
| X18 | 85.1013 | 139.631 | .464 | .852 |
| X19 | 85.5823 | 133.939 | .498 | .850 |
| X20 | 85.1519 | 141.772 | .374 | .854 |
| X21 | 85.6835 | 137.860 | .432 | .852 |
| X22 | 85.1772 | 141.225 | .380 | .854 |
| X23 | 85.8608 | 141.096 | .286 | .857 |
| X24 | 85.4684 | 142.073 | .293 | .856 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X25 | 85.3671 | 141.081 | .373 | .854 |
| X26 | 85.7215 | 137.127 | .498 | .850 |
| X27 | 85.9114 | 140.133 | .337 | .855 |
| X28 | 86.0380 | 140.652 | .293 | .856 |
| X29 | 85.1772 | 139.507 | .426 | .853 |
| X30 | 85.0506 | 142.151 | .357 | .854 |

Keterangan: Hasil analisis instrumen *influencer* dengan metode *Alpha Cronbach's* diperoleh $\alpha_{\text{hitung}} = 0.858$. Jadi, instrumen *influencer* dinyatakan reliabel.

Lampiran 11. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Motivasi Berprestasi

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 79 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 79 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .793 | 25 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X01 | 73.8987 | 83.784 | .426 | .784 |
| X02 | 73.8228 | 82.148 | .460 | .781 |
| X03 | 73.8608 | 83.429 | .403 | .784 |
| X04 | 75.3671 | 85.005 | .128 | .798 |
| X05 | 74.6329 | 83.902 | .194 | .794 |
| X06 | 74.8228 | 80.917 | .326 | .787 |
| X07 | 74.0506 | 82.203 | .452 | .781 |
| X08 | 74.1392 | 80.506 | .492 | .778 |
| X09 | 75.0000 | 83.692 | .206 | .793 |
| X10 | 73.8481 | 81.079 | .585 | .777 |
| X11 | 74.5063 | 82.792 | .285 | .788 |
| X12 | 74.5570 | 83.660 | .261 | .789 |
| X13 | 73.7975 | 83.061 | .394 | .784 |
| X14 | 74.5190 | 77.561 | .402 | .782 |
| X15 | 74.8101 | 81.002 | .408 | .782 |
| X16 | 74.7089 | 85.081 | .130 | .798 |
| X17 | 75.2152 | 83.222 | .251 | .790 |
| X18 | 74.7215 | 79.742 | .438 | .780 |
| X19 | 73.7468 | 83.397 | .466 | .783 |
| X20 | 74.1519 | 81.130 | .442 | .781 |
| X21 | 73.9241 | 83.815 | .404 | .784 |
| X22 | 73.9114 | 82.031 | .482 | .780 |
| X23 | 75.2785 | 87.178 | .028 | .803 |
| X24 | 74.3797 | 81.367 | .452 | .780 |
| X25 | 74.4810 | 84.073 | .226 | .791 |

Keterangan: Hasil analisis instrumen motivasi berprestasi dengan metode *Alpha Cronbach's* diperoleh $\alpha_{hitung} = 0.793$. Jadi, instrumen motivasi berprestasi dinyatakan reliabel.

Lampiran 12. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Kesadaran Berolahraga

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 79 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 79 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .875 | 25 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X01 | 72.9114 | 132.620 | .358 | .872 |
| X02 | 72.9367 | 132.932 | .414 | .871 |
| X03 | 73.8861 | 131.102 | .349 | .873 |
| X04 | 73.7595 | 130.518 | .404 | .871 |
| X05 | 73.1139 | 130.384 | .455 | .870 |
| X06 | 73.0886 | 133.133 | .297 | .874 |
| X07 | 73.3038 | 132.727 | .318 | .873 |
| X08 | 72.8987 | 131.554 | .507 | .869 |
| X09 | 72.6203 | 132.880 | .409 | .871 |
| X10 | 72.7215 | 130.819 | .542 | .868 |
| X11 | 73.7848 | 129.710 | .387 | .872 |
| X12 | 73.5063 | 129.151 | .446 | .870 |
| X13 | 73.0127 | 132.295 | .418 | .871 |
| X14 | 73.6329 | 128.184 | .485 | .869 |
| X15 | 72.8861 | 131.641 | .464 | .870 |
| X16 | 73.5696 | 123.248 | .622 | .864 |
| X17 | 72.7468 | 133.115 | .437 | .871 |
| X18 | 73.4810 | 124.663 | .599 | .865 |
| X19 | 73.6456 | 129.924 | .447 | .870 |
| X20 | 73.5696 | 126.223 | .583 | .866 |
| X21 | 73.2785 | 127.075 | .490 | .869 |
| X22 | 73.2532 | 130.550 | .362 | .873 |
| X23 | 73.6962 | 134.163 | .221 | .877 |
| X24 | 72.8861 | 131.333 | .450 | .870 |
| X25 | 73.7089 | 125.389 | .559 | .866 |

Keterangan: Hasil analisis instrumen kesadaran berolahraga dengan metode *Alpha Cronbach's* diperoleh $\alpha_{\text{hitung}} = 0.875$. Jadi, instrumen kesadaran berolahraga dinyatakan reliabel.

Lampiran 13. Data Interval *Influencer*, Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga

| No. | Influencer | Motivasi Berprestasi | Kesadaran Berolahraga |
|------------|-------------------|-----------------------------|------------------------------|
| RES-1 | 69 | 56 | 53 |
| RES-2 | 73 | 57 | 58 |
| RES-3 | 65 | 59 | 57 |
| RES-4 | 73 | 68 | 62 |
| RES-5 | 59 | 54 | 49 |
| RES-6 | 72 | 65 | 66 |
| RES-7 | 67 | 62 | 56 |
| RES-8 | 83 | 78 | 75 |
| RES-9 | 86 | 78 | 69 |
| RES-10 | 61 | 66 | 53 |
| RES-11 | 60 | 63 | 56 |
| RES-12 | 70 | 76 | 63 |
| RES-13 | 62 | 58 | 53 |
| RES-14 | 72 | 86 | 61 |
| RES-15 | 67 | 65 | 59 |
| RES-16 | 92 | 96 | 74 |
| RES-17 | 72 | 86 | 68 |
| RES-18 | 65 | 67 | 49 |
| RES-19 | 62 | 70 | 50 |
| RES-20 | 71 | 76 | 58 |
| RES-21 | 82 | 93 | 68 |
| RES-22 | 58 | 80 | 55 |
| RES-23 | 58 | 74 | 55 |
| RES-24 | 71 | 74 | 51 |
| RES-25 | 61 | 79 | 58 |
| RES-26 | 69 | 78 | 55 |
| RES-27 | 61 | 85 | 59 |
| RES-28 | 71 | 91 | 65 |
| RES-29 | 75 | 83 | 54 |
| RES-30 | 64 | 88 | 65 |
| RES-31 | 67 | 73 | 54 |
| RES-32 | 56 | 96 | 65 |
| RES-33 | 71 | 89 | 59 |
| RES-34 | 90 | 80 | 64 |
| RES-35 | 80 | 69 | 66 |
| RES-36 | 59 | 63 | 56 |
| RES-37 | 68 | 49 | 57 |
| RES-38 | 72 | 70 | 70 |
| RES-39 | 73 | 64 | 70 |
| RES-40 | 69 | 69 | 64 |
| RES-41 | 76 | 63 | 54 |
| RES-42 | 71 | 63 | 51 |
| RES-43 | 59 | 57 | 49 |
| RES-44 | 82 | 63 | 61 |

| | | | |
|--------|----|----|----|
| RES-45 | 64 | 54 | 53 |
| RES-46 | 71 | 69 | 64 |
| RES-47 | 63 | 63 | 68 |
| RES-48 | 66 | 54 | 58 |
| RES-49 | 79 | 65 | 59 |
| RES-50 | 59 | 50 | 54 |
| RES-51 | 71 | 49 | 50 |
| RES-52 | 70 | 53 | 60 |
| RES-53 | 64 | 54 | 61 |
| RES-54 | 83 | 68 | 50 |
| RES-55 | 91 | 79 | 69 |
| RES-56 | 68 | 64 | 60 |
| RES-57 | 64 | 59 | 55 |
| RES-58 | 67 | 57 | 54 |
| RES-59 | 52 | 51 | 57 |
| RES-60 | 61 | 69 | 67 |
| RES-61 | 89 | 73 | 77 |
| RES-62 | 75 | 67 | 61 |
| RES-63 | 56 | 52 | 60 |
| RES-64 | 77 | 69 | 79 |
| RES-65 | 57 | 63 | 53 |
| RES-66 | 80 | 68 | 66 |
| RES-67 | 73 | 73 | 58 |
| RES-68 | 78 | 69 | 71 |
| RES-69 | 47 | 51 | 54 |
| RES-70 | 62 | 50 | 53 |
| RES-71 | 72 | 60 | 61 |
| RES-72 | 62 | 61 | 55 |
| RES-73 | 79 | 64 | 57 |
| RES-74 | 69 | 64 | 65 |
| RES-75 | 60 | 45 | 46 |
| RES-76 | 75 | 65 | 64 |
| RES-77 | 64 | 55 | 54 |
| RES-78 | 88 | 78 | 80 |
| RES-79 | 60 | 56 | 50 |
| RES-80 | 81 | 71 | 63 |
| RES-81 | 62 | 55 | 60 |
| RES-82 | 67 | 53 | 52 |
| RES-83 | 51 | 44 | 53 |
| RES-84 | 62 | 52 | 59 |
| RES-85 | 61 | 64 | 72 |
| RES-86 | 66 | 56 | 60 |
| RES-87 | 63 | 51 | 43 |
| RES-88 | 69 | 50 | 54 |
| RES-89 | 69 | 59 | 68 |
| RES-90 | 69 | 57 | 51 |
| RES-91 | 69 | 62 | 64 |

| | | | |
|---------|----|----|----|
| RES-92 | 71 | 66 | 55 |
| RES-93 | 79 | 66 | 58 |
| RES-94 | 72 | 55 | 55 |
| RES-95 | 81 | 55 | 56 |
| RES-96 | 66 | 66 | 61 |
| RES-97 | 65 | 56 | 60 |
| RES-98 | 76 | 71 | 70 |
| RES-99 | 73 | 69 | 71 |
| RES-100 | 60 | 50 | 50 |
| RES-101 | 77 | 67 | 60 |
| RES-102 | 71 | 55 | 60 |
| RES-103 | 51 | 71 | 61 |
| RES-104 | 83 | 75 | 71 |
| RES-105 | 69 | 64 | 48 |
| RES-106 | 70 | 60 | 57 |
| RES-107 | 49 | 55 | 55 |
| RES-108 | 75 | 67 | 75 |
| RES-109 | 91 | 74 | 74 |
| RES-110 | 67 | 48 | 64 |
| RES-111 | 59 | 51 | 52 |
| RES-112 | 79 | 72 | 72 |
| RES-113 | 86 | 73 | 74 |
| RES-114 | 73 | 65 | 61 |
| RES-115 | 74 | 60 | 71 |
| RES-116 | 63 | 51 | 60 |
| RES-117 | 81 | 62 | 60 |
| RES-118 | 81 | 70 | 60 |
| RES-119 | 41 | 20 | 23 |
| RES-120 | 75 | 66 | 63 |
| RES-121 | 70 | 58 | 68 |
| RES-122 | 85 | 54 | 60 |
| RES-123 | 65 | 60 | 59 |
| RES-124 | 62 | 57 | 52 |
| RES-125 | 92 | 80 | 80 |
| RES-126 | 69 | 65 | 67 |
| RES-127 | 88 | 78 | 61 |
| RES-128 | 77 | 64 | 55 |
| RES-129 | 72 | 56 | 58 |
| RES-130 | 81 | 63 | 71 |
| RES-131 | 72 | 64 | 74 |
| RES-132 | 67 | 63 | 56 |
| RES-133 | 63 | 52 | 52 |
| RES-134 | 61 | 63 | 59 |
| RES-135 | 72 | 73 | 70 |
| RES-136 | 85 | 65 | 71 |
| RES-137 | 82 | 63 | 56 |
| RES-138 | 77 | 66 | 62 |

Lampiran 14. Uji Normalitas Data Variabel *Influencer*, Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga

Ringkasan jumlah data yang diolah dari tiga variabel

| | Cases | | | | | |
|-----------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| <i>Influencer</i> | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |
| Motivasi Berprestasi | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |
| Kesadaran Berolahraga | 138 | 100.0% | 0 | 0.0% | 138 | 100.0% |

Statistik Deskriptif Data Tiga Variabel

| | | | Statistic | Std. Error |
|----------------------|----------------------------------|--------------------|-----------|------------|
| <i>Influencer</i> | <i>Mean</i> | | 70.05 | .833 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | <i>Lower Bound</i> | 68.40 | |
| | | <i>Upper Bound</i> | 71.70 | |
| | 5% Trimmed Mean | | 70.06 | |
| | <i>Median</i> | | 70.00 | |
| | <i>Variance</i> | | 95.698 | |
| | <i>Std. Deviation</i> | | 9.783 | |
| | <i>Minimum</i> | | 41 | |
| | <i>Maximum</i> | | 92 | |
| | <i>Range</i> | | 51 | |
| | <i>Interquartile Range</i> | | 13 | |
| | <i>Skewness</i> | | .059 | .206 |
| | <i>Kurtosis</i> | | .074 | .410 |
| Motivasi Berprestasi | <i>Mean</i> | | 60.56 | .777 |
| | 95% Confidence Interval for Mean | <i>Lower Bound</i> | 59.02 | |
| | | <i>Upper Bound</i> | 62.09 | |
| | 5% Trimmed Mean | | 60.60 | |
| | <i>Median</i> | | 61.50 | |
| | <i>Variance</i> | | 83.343 | |

| | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------|------|
| | <i>Std. Deviation</i> | | 9.129 | |
| | <i>Minimum</i> | | 20 | |
| | <i>Maximum</i> | | 80 | |
| | <i>Range</i> | | 60 | |
| | <i>Interquartile Range</i> | | 13 | |
| | <i>Skewness</i> | | -.422 | .206 |
| | <i>Kurtosis</i> | | 1.743 | .410 |
| Kesadaran Berolahraga | <i>Mean</i> | | 58.06 | .806 |
| | <i>95% Confidence Interval for Mean</i> | <i>Lower Bound</i> | 56.46 | |
| | | <i>Upper Bound</i> | 59.65 | |
| | <i>5% Trimmed Mean</i> | | 57.85 | |
| | <i>Median</i> | | 56.00 | |
| | <i>Variance</i> | | 89.675 | |
| | <i>Std. Deviation</i> | | 9.470 | |
| | <i>Minimum</i> | | 23 | |
| | <i>Maximum</i> | | 79 | |
| | <i>Range</i> | | 56 | |
| | <i>Interquartile Range</i> | | 12 | |
| | <i>Skewness</i> | | .224 | .206 |
| | <i>Kurtosis</i> | | .661 | .410 |

Tabel Hasil Uji Normalitas Data

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-----------------------|---------------------------------|-----------|-------------|------------------|-----------|-------------|
| | <i>Statistic</i> | <i>df</i> | <i>Sig.</i> | <i>Statistic</i> | <i>df</i> | <i>Sig.</i> |
| <i>Influencer</i> | .077 | 138 | .043 | .988 | 138 | .270 |
| Motivasi Berprestasi | .091 | 138 | .007 | .964 | 138 | .001 |
| Kesadaran Berolahraga | .119 | 138 | .000 | .956 | 138 | .000 |

a. *Lilliefors Significance Correction*

Keterangan: Sig. var *influencer* < 0.05, maka data *influencer*, motivasi berprestasi, dan kesadaran berolahraga tidak berdistribusi normal.

Lampiran 15. Uji Homogenitas Variansi *Influencer*, Motivasi Berprestasi, dan Kesadaran Berolahraga

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| .062 | 2 | 411 | .940 |

| | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|-----------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| <i>Between Groups</i> | 11048.671 | 2 | 5524.336 | 61.675 | .000 |
| <i>Within Groups</i> | 36814.217 | 411 | 89.572 | | |
| <i>Total</i> | 47862.889 | 413 | | | |

Keterangan: Karena nilai Sig. hasil perhitungan lebih besar dari Sig yang ditetapkan 5 persen ($0.940 > 0,05$), disimpulkan bahwa data ketiga variabel memenuhi syarat homogenitas.

Lampiran 16. Analisis Korelasi Sederhana *Pearson* antara *Influencer* dan Kesadaran Berolahraga

| | | <i>Influencer</i> | Kesadaran Berolahraga |
|-----------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|
| <i>Influencer</i> | Pearson Correlation | 1 | .661** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 138 | 138 |
| Kesadaran Berolahraga | Pearson Correlation | .661** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 138 | 138 |

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

Keterangan: Ada hubungan signifikan antara *influencer* dan kesadaran berolahraga, dengan $r = 0.661$, berarti bahwa hubungan kedua variabel pada kategori kuat.

Lampiran 17. Analisis Korelasi Sederhana *Pearson* antara Motivasi Berprestasi dan Kesadaran Berolahraga

| | | Kesadaran Berolahraga | Motivasi Berprestasi |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|
| Kesadaran Berolahraga | Pearson Correlation | 1 | .812** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 138 | 138 |
| Motivasi Berprestasi | Pearson Correlation | .812** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 138 | 138 |

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

Keterangan: Ada hubungan signifikan antara motivasi berprestasi dan kesadaran berolahraga, dengan $r = 0.812$ berarti bahwa hubungan kedua variabel pada kategori sangat kuat.

Lampiran 18. Analisis Korelasi Sederhana *Pearson* antara *Influencer* dan Motivasi Berprestasi

| | | <i>Influencer</i> | Motivasi Berprestasi |
|----------------------|---------------------|-------------------|----------------------|
| <i>Influencer</i> | Pearson Correlation | 1 | .701** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 138 | 138 |
| Motivasi Berprestasi | Pearson Correlation | .701** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 138 | 138 |

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

Keterangan: Ada hubungan signifikan antara *influencer* dan motivasi berprestasi, dengan $r = 0.701$ berarti bahwa hubungan kedua variabel pada kategori kuat.

Lampiran 19. Analisis Korelasi Berganda secara Bersama-sama *Influencer* dan Motivasi Berprestasi dengan Kesadaran Berolahraga

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | .822 ^a | .675 | .670 | 5.437 | .675 | 140.314 | 2 | 135 | .000 |

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berprestasi, *Influencer*

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|---------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| | Model | Sum of Square | df | Mean Square | F | Sig. |
| | Regression | 8295.084 | | 4147.542 | 140.314 | .000 ^b |
| | Residual | 3990.452 | 135 | 29.559 | | |
| | Total | 12285.536 | 137 | | | |

a. *Dependent Variable*: Kesadaran Berolahraga

b. *Predictors*: (Constant), Motivasi Berprestasi, *Influencer*

Keterangan: Ada hubungan signifikan secara bersama-sama *influencer* dan motivasi berprestasi dengan kesadaran berolahraga, dengan $R = 0.822$, berarti bahwa hubungan kedua variabel pada kategori sangat kuat. Korelasi determinasi $R^2 = 0.822^2 = 0.6757$ bermakna bahwa kedua variabel memberikan sumbangan kepada variabel kesadaran berolahraga sebesar 65,57 %.