

**PENGARUH TAYANGAN NET SOCCER DI NET TV TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN
SEPAK BOLA REMAJA
(Survei di Wilayah Inpres RW 04 Kelurahan Gaga Ciledug, Kota Tangerang)**

Aditya Faiz Ramadhan
E-mail : adityafaiz124@gmail.com
Dudi Iskandar
E-mail : dudisabiliskandar@gmail.com
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

Nielsen Consumer Media View (CMV) which shows that television penetration reaches 96%. In Indonesia there are several national and private television stations. For the national TVRI, there are also private television stations in Indonesia that are airing like Trans 7, Trans TV, Indosiar, MNC TV, Kompas TV, NET TV, and so on. The researcher wanted to know the effect of 'NET Soccer' on NET TV on the level of knowledge of football in teenage housing Inpres RW 04, Gaga village. Researchers use a quantitative approach, with an associative explanative type survey method. And use the S-O-R theory. The variable X of this study uses elements of program success and Y variable uses the concept of mass media effectiveness. In this study researchers used a simple random sampling technique. The population in this study amounted to 103 people with a sample of 82 people. The regression test has a value of 0.588 indicating the moderate relationship between NET Soccer on NET TV shows and the level of youth football knowledge. The coefficient of determination or R Square is 0.346, it can be concluded that the effect of NET Soccer on NET TV shows on the level of knowledge of teen soccer in the presidential housing is 34.6%. After conducting research, it can be proven that the correlation value of variables X and Y is 0.588 and the value of Sig. 0,000 <0,05, what happens is that Ho is rejected Ha is accepted, meaning that there is a moderate influence between Impressions of NET Soccer on NET TV (X) on the level of knowledge of teen soccer in Inpres housing (Y).

Keywords : Impact, S-O-R Theory, Knowledge

Pendahuluan

Dari masa ke masa, media komunikasi mengalami perkembangan yang membuat kita bebas memilih media apa yang ingin kita gunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi atau hiburan. Salah satu media yang cukup besar peminatnya atau penggunaannya di Indonesia adalah televisi. Televisi memiliki sifat dengar-lihat (*audio-visual*) sehingga lebih memberi pengaruh yang kuat kepada pemirsa. Sebuah program yang disiarkan di televisi selain bersifat menghibur juga harus bersifat informatif. Menurut data survei *Nielsen Consumer Media View (CMV)* pada tahun 2017, menunjukkan bahwa kekuatan televisi mencapai 96%. Di atas media lainnya seperti radio, internet, media luar ruang (baliho/spanduk), dan surat kabar.

Di Indonesia televisi dibagi menjadi dua, yaitu televisi swasta dan televisi nasional. Untuk televisi nasional yaitu TVRI, adapula stasiun televisi swasta di Indonesia yang mengudara seperti Trans 7, Trans TV, Indosiar, MNC TV, Kompas TV, NET TV, dan lain sebagainya. NET TV merupakan salah satu contoh stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia. NET TV pertama kali mengudara pada tanggal 26 Mei 2013 menggantikan stasiun televisi anak-anak yaitu Spacetoon. NET TV merupakan bagian dari kelompok usaha INDIKA GROUP. Awal pembentukan INDIKA dimulai dari sebuah visi untuk membangun usaha di bidang Media Hiburan dan Teknologi Informasi. Nama INDIKA sendiri merupakan singkatan dari Industri Multimedia dan Informatika. Saat ini, melalui PT. Indika Multimedia, INDIKA GROUP bergerak di bidang usaha

Promotor, *Broadcast Equipment, Production House* dan Radio.

Kita dapat menyaksikan tayangan dari NET TV melalui siaran terrestrial tidak berbayar, atau *free to air*. Selain itu NET TV juga dapat disaksikan melalui jaringan televisi berbayar, di antaranya: First Media, BIG TV, dan Orange TV. Di usianya yang terbilang muda, NET TV pernah dipercaya menjadi *official broadcaster* gelaran Piala Jenderal Sudirman yang diselenggarakan oleh Mahaka Sports and Entertainment pada tahun 2015 lalu. Indonesia memiliki kertertarikan yang sangat tinggi terhadap olahraga, khususnya sepak bola. Dalam penelitian yang dilakukan Nielsen *Sport*, Indonesia berada di peringkat kedua sebagai negara penggila sepak bola. Indonesia hanya kalah oleh Nigeria sebagai negara penggila sepak bola di dunia. NET TV memiliki program berita yang khusus membahas tentang sepak bola, baik dari dalam maupun luar negeri. *NET Soccer* tayang setiap hari pukul 00.30-01.00 WIB. Berbeda dengan program berita olah raga yang lain, khususnya tentang sepak bola, *NET Soccer* selalu menayangkan secara *live* meskipun tayang pada dini hari. Acara yang dipandu oleh Temmy Rahadi, Valentino Simanjuntak, dan Ranaditya Alif ini juga selalu menghadirkan pengamat-pengamat yang terkemuka seperti Justinus Laksana, Yusuf Kurniawan, dan Edwin Setyadinata yang dapat menambah wawasan para penontonnya.

Peneliti mengambil responden remaja di daerah Inpres karena peneliti merasakan kesukaan atau ketertarikan kepada sepak bola cukup besar. Hal itu dibuktikan dengan beberapa kali tim dari lingkungan RW 04 memperoleh gelar dari turnamen-turnamen yang pernah diikuti, salah satu contohnya adalah turnamen tingkat kelurahan Gaga. Kegiatan “Nobar” atau nonton bareng di beberapa pos ronda juga tidak jarang dilakukan warga ketika ada pertandingan besar, seperti final piala dunia

atau pun lainnya. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *NET Soccer* terhadap pengetahuan tentang sepak bola pada remaja di daerah Inpres Ciledug, Tangerang.

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Adakah Pengaruh Tayangan ‘*NET Soccer*’ di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola pada Remaja Perumahan Inpres? Seberapa besar Pengaruh Tayangan ‘*NET Soccer*’ di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola pada Remaja Perumahan Inpres?”. Sedangkan tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui: Adakah Pengaruh Tayangan ‘*NET Soccer*’ di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola pada Remaja Perumahan Inpres. Seberapa besar Tayangan ‘*NET Soccer*’ di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola pada Remaja Perumahan Inpres.”. Penelitian ini memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu khususnya dalam bidang ilmu komunikasi terkait media.

LANDASAN TEORI

Menurut Joseph A. Devito, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Dalam buku Elvinaro yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bittner mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan melalui media massa pada khalayak luas.

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan internet.¹

Kata “program” berasal dari Bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun

¹ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2014), Hlm 37.

penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).

Menurut John W. Santrock *Adolence*, remaja merupakan masa transisi dari masa anak-anak ke masa dewasa. Periode ini dimulai sekitar 10 atau 12 tahun sampai ke usia 18 atau 20 tahun. Remaja mulai mengalami perubahan fisik yang cepat, termasuk bertambah tinggi dan berat badan dan perkembangan fungsi seksual. Masa remaja di bagi ke dalam tiga kategori, yaitu masa praremaja, masa ini dimulai dari usia 8,5 tahun, selanjutnya masa remaja awal, ditandai dengan pubertas, dan masa remaja akhir, masa ini dimulai ketika mereka mulai mencapai penemuan diri untuk memutuskan pilihan mereka dalam tingkah laku.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) yang menjelaskan bagaimana efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Elemen-elemen dalam model S-O-R adalah:

1. Pesan (*Stimulus, S*)
2. Komunikasi (*Organism, O*)
3. Efek (*Response, R*)

Asumsi dasar dari teori S-O-R adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung terhadap komunikasi. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Menurut stimulus response ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan

kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Dalam penelitian ini, tayangan NET Soccer adalah *stimulus* (pesan), remaja laki-laki di perumahan Inpres adalah *organism* (komunikasi), sedangkan tingkat pengetahuan sepak bola adalah *response* (efek).

Untuk mengetahui variabel X (Tayangan NET Soccer di NET TV) peneliti menggunakan teori Elemen-Elemen Keberhasilan Program yaitu:

1. **Konflik**, adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh-tokoh yang terlibat.
2. **Durasi** atau lamanya penayangan tayangan, suatu tayangan itu terdiri atas tayangan yang dapat bertahan lama dan tayangan yang tidak dapat bertahan lama.
3. **Kesukaan**, sebagian audien memilih tayangan yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai
4. **Konsistensi**, suatu tayangan harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain yang dibawanya sejak awal.
5. **Timing**, seorang *programmer* harus mempertimbangkan waktu penayangan apakah tayangan bersangkutan itu sudah cocok atau sesuai dengan zamannya.²

Teori yang kedua untuk mengetahui variabel Y (Tingkat Pengetahuan Sepak Bola Remaja) peneliti menggunakan teori Efektifitas Pesan Media Massa, yaitu:

1. **Efek Kognitif (Pengetahuan)**, adalah efek yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya.
2. **Efek Afektif (Perasaan)**, efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Khalayak diharapkan dapat

² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), Hlm 364.

merasakan perasaan emosi, iba, atau perasaan lainnya.³

Kedua efek tersebut memiliki pengaruh untuk mengetahui tingkat pengetahuan sepakbola pada remaja. Efek kognitifnya yaitu penonton disuguhkan dengan tayangan berisi informasi mengenai informasi sepak bola. Sedangkan untuk efek afektifnya, setelah menonton tayangan NET Soccer, penonton akan merasakan perasaan seperti senang, marah, sedih, terharu. Berdasarkan rumusan masalah, terdapat dua hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara tayangan 'NET Soccer' di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola pada Remaja Perumahan Inpres.

Ha : Ada pengaruh antara tayangan Net Soccer Di Net Tv Terhadap Pengetahuan Sepak Bola Remaja Inpres RW 04 Kelurahan Gaga Ciledug.



Keterangan:

X = Tayangan NET Soccer di NET TV

Y = Tingkat Pengetahuan Sepak Bola Remaja

Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivism yang mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses *linier* atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim (komunikator, *encoder*) untuk mengubah pengetahuan (sikap atau perilaku) yang pasif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sampel tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif asosiatif. Peneliti bertujuan mencari tahu apakah ada hubungan antara pengaruh tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepak bola pada remaja di perumahan Inpres. Objek dalam penelitian ini adalah tayangan NET Soccer di NET TV. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah remaja laki-laki di perumahan Inpres RW 04 dengan jumlah populasi sebanyak 103 orang. Dari jumlah 103 orang, peneliti menemukan sampel sebanyak 82 orang menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5%, yang nantinya akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *simple random sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi. Oleh karena itu peneliti dapat menentukan secara bebas siapa saja remaja laki-laki di perumahan Inpres RW 04 yang dapat dijadikan responden dalam penelitian ini. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti adalah 82 siswa. Data yang terkumpul akan dianalisa, untuk teknik pengukurannya menggunakan skala Likert, karena menurut Sugiyono skala Likert tersebut dapat diberi skor::

1. Sangat Setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Ragu-Ragu diberi skor 3
4. Tidak Setuju diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju diberi skor 1⁴

Data penelitian yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada responden tersebut diolah dengan komputer menggunakan *software* SPSS 24. Sebelum kuesioner diberikan kepada responden, langkah yang dilakukan adalah uji validitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas ini adalah jika r hitung > (lebih

³Elvinaro Adianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), Hlm. 52-57.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), Hlm. 94.

besar) dari pada r tabel, dan dapat diartikan kuesioner penelitian tersebut dinyatakan valid dan kuesioner dapat digunakan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di perumahan Inpres RW 04 Kelurahan Gaga, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Penelitian ini dimulai bulan April-Mei 2019

Hasil Penelitian

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Tayangan NET Soccer di NET TV terhadap Tingkat Pengetahuan Sepak Bola Remaja di Perumahan Inpres. Berdasarkan perhitungan rumus slovin, didapatkan sampel yang digunakan sebanyak 82 responden, instrument yang digunakan dalam penelitian ini pada variabel X terdapat 3 pernyataan yang tidak valid, dan variabel Y terdapat 1 pernyataan yang tidak valid dengan nilai r tabel sebesar 0,4821 dimana untuk pernyataan yang tidak valid, peneliti ubah pernyataannya lalu dimasukkan kembali kedalam kuesioner yang akan dibagikan ke responden sesungguhnya. Variabel X dikatakan reliabel karena memperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,806 dan untuk variabel Y dikatakan reliabel karena memperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,650 dengan batas reliabilitas sebesar 0,600.

Pada frekuensi jenis kelamin menunjukkan bahwa seluruh responden adalah laki-laki berjumlah 82 orang (100%) karena memang target peneliti adalah remaja laki-laki. Sedangkan frekuensi tingkat usia menunjukkan bahwa 32 responden (39%) berada di usia 16-19 tahun, dan 50 responden (61%) berada di tingkat usia 20-22 tahun, frekuensi jenis pekerjaan responden menunjukkan bahwa 65 responden (79,3%) berstatus sebagai pelajar, dan 17 responden (20,7%) berstatus sebagai pekerja.

Pada hasil penjabaran jawaban sub variabel X "konflik" mayoritas jawaban responden adalah setuju. Hasil penjabaran jawaban sub variabel X "durasi" mayoritas jawaban responden adalah tidak setuju. Hasil penjabaran jawaban sub variabel X "kesukaan" mayoritas jawaban responden

adalah setuju. Hasil penjabaran jawaban sub variabel X "konsistensi" mayoritas jawaban responden adalah setuju. Hasil penjabaran jawaban sub variabel X "timing" mayoritas jawaban responden adalah tidak setuju. Pada hasil penjabaran jawaban sub variabel Y "kognitif" mayoritas jawaban responden adalah setuju. Hasil penjabaran jawaban sub variabel Y "afektif" mayoritas jawaban responden adalah ragu-ragu.

Nilai *mean* indikator Konflik terdapat 2 pernyataan, dan ketiga pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori sangat baik. Indikator Durasi terdapat 3 pernyataan, dan ketiga pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori baik. Indikator Kesukaan terdapat 3 pernyataan, dan ketiga pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori baik. Indikator Konsistensi terdapat 2 pernyataan, dan kedua pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori sangat baik. Indikator *Timing* terdapat 2 pernyataan, dan kedua pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori baik. Sedangkan total skor tertinggi dari variabel X terdapat pada pernyataan nomor 1 "Setiap perdebatan di NET Soccer membuat saya tertarik untuk menonton NET Soccer" dengan skor sebesar 337.

Nilai *mean* indikator Kognitif terdapat 3 pernyataan, dan ketiga pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori baik. Indikator afektif terdapat 3 pernyataan, dan ketiga pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori baik. Sedangkan total skor tertinggi pada variabel Y terdapat pada pernyataan nomor 2, "Para *host* NET Soccer menyampaikan informasi dengan jelas" dengan skor sebesar 317.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk meramalkan ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh besarnya nilai regresi adalah 0,588. Menurut Sugiyono (2016), dimana nilai menunjukkan hubungan yang sedang antara tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepak bola pada remaja di perumahan Inpres karena berada di interval 0,40 –

0,599. R^2 Square (R^2) ditemukan nilai yang dapat dilihat sebesar 0,346. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepak bola pada remaja di perumahan Inpres sebesar 34,6%. Sedangkan sisanya 65,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dibawah dari *level of significant*, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara Tayangan Tayangan NET Soccer di NET TV (X) dengan Tingkat Pengetahuan sepak bola remaja (Y)

Berdasarkan analisis korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepak bola remaja sebesar 0,588. Berdasarkan tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi, nilai 0,588 berada pada tingkatan hubungan yang sedang. Nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka yang terjadi bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya **terdapat pengaruh yang sedang** antara Tayangan NET Soccer di NET TV (X) terhadap tingkat pengetahuan sepak bola remaja di perumahan Inpres (Y).

Berdasarkan dari hasil tabel *Crosstabs* kategori jenis pekerjaan dengan variabel X terdapat lima hasil *crosstabs* yang meliputi lima indikator variabel X. Dan hasil *crosstabs* jenis pekerjaan dengan variabel X terdapat satu data yang dinyatakan ada hubungan dan terdapat empat data yang dinyatakan tidak ada hubungan. Sedangkan hasil tabel *Crosstabs* jenis pekerjaan dengan variabel Y terdapat dua hasil *crosstabs* yang meliputi dua indikator variabel Y. Dan hasil *crosstabs* jenis pekerjaan dengan variabel Y terdapat kedua data tersebut dinyatakan tidak ada hubungan.

Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung kepada komunikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan angka sebesar 291 dimana tayangan NET Soccer di NET TV yang ditayangkan setiap hari pukul 00.30 WIB dapat memberikan efek dan pesan kepada responden yang menonton secara langsung, dan responden yang menonton acara tersebut dapat

menerima pesan yang disampaikan oleh program NET Soccer. Komunikasi adalah proses aksi reaksi yang akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai sebesar 268 dalam tabel 4.27, bahwa dengan pesan yang disampaikan oleh NET Soccer kepada responden yang menonton dapat merasakan keseruan tersendiri ketika menyampaikan informasi..

Efek yang diitimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, angka sebesar 315 menunjukkan bahwa Informasi yang disampaikan oleh host NET Soccer dapat meningkatkan pengetahuan remaja terkait sepak bola, maka reaksi dari responden yaitu meningkatnya ilmu/pengetahuan terkait sepakbola yang didapat dari tayangan NET Soccer.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang peneliti lakukan menggunakan *software* SPSS versi 24, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepakbola remaja di perumahan Inpres, dari hasil olah data SPSS dibuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y.
2. Besarnya angka pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dapat dilihat dari angka koefisien korelasi R^2 didapatkan angka sebesar 0,346. Angka ini dapat diartikan bahwa pengaruh tayangan NET Soccer di NET TV terhadap tingkat pengetahuan sepak bola remaja di perumahan Inpres sebesar 34,6%. Sedangkan sisanya 65,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan penyebaran penyebaran kuesioner, peneliti telah memperoleh hasil dengan menggunakan teori SOR melalui pernyataan "Informasi yang disampaikan oleh *Host* NET Soccer dapat meningkatkan pengetahuan saya terkait sepak bola" dengan nilai sebesar 315, hal tersebut sampai ke tahap respon. Hasil ini telah menjawab tujuan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan simpulan yang dijabarkan di atas, secara teoritis peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pembelajaran atau referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi. Sedangkan saran secara praktis yaitu:

1. Pada penelitian ini, nilai mean terendah pada variabel X (Tayangan NET Soccer di NET TV) berada pada indikator durasi dengan nilai mean sebesar 3,10. Hal ini berarti penonton/responden menonton setiap hari tayangan NET Soccer, responden merasa durasi acara tersebut terlalu sebentar.
2. Sedangkan nilai mean terendah untuk variabel Y (Tingkat Pengetahuan Sepakbola Remaja) berada pada indikator afektif, dengan nilai mean sebesar 3,34; Hal ini berarti penonton/responden merasa kurang terhibur dengan pembawaan dari *Host* NET Soccer.

- Ardianto, Elvinaro Adianto, dkk. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori & Praktik*. Bogor:Ghalia Indonesia

DAFTAR PUSTAKA