

**Pengaruh Media Sosial Tiktok @Indosiar\_Sports Terhadap Sikap  
Followers Pada Tayangan Liga 1 Indonesia**

**(Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi

Oleh:

Muhammad Hanifan Fadhlan

1410619081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Muhammad Hanifan Fadhlán (1410619081), Pengaruh Media Sosial Tiktok @indosiar\_sports Terhadap Sikap *Followers* Pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib VS Persija 31 Maret 2023), Skripsi, Jakarta, 2024 : 147 Halaman; 14 Buku; 22 Jurnal; 1 Situs.**

Tragedi Kanjuruhan menyebabkan terhentinya tayangan Liga 1 Indonesia. Tragedi tersebut juga menyebabkan penurunan perkembangan media sosial TikTok @indosiar\_sports yang merupakan media promosi tayangan Liga 1 Indonesia. Setelah Tayangan Liga 1 Indonesia kembali ditayangkan kembali terjadi peningkatan pada media sosial TikTok @indosiar\_sports tetapi secara angka tidak dapat dikorelasikan pengaruh media sosial TikTok @indosiar\_sports dengan kenaikan jumlah penonton tayangan Liga 1 Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial TikTok @indosiar\_sports terhadap sikap *followers* pada tayangan Liga 1 Indonesia yang surveinya dilakukan dengan pada konten video Persib vs Persija 31 Maret 2023.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *reasoned action* yang digunakan untuk menjabarkan pengaruh pada perilaku individu yang melibatkan pengambilan keputusan secara sadar. Variabel independen penelitian ini adalah media sosial yang memiliki empat dimensi *self-presentation* yang mewakili interaksi sosial pengguna media sosial untuk mengontrol kesan, *self-disclosure* yang mewakili pengungkapan detail pribadi pengguna secara sadar atau tidak sadar, *social presence* yang mewakili kedekatan dan keintiman lewat media, dan *media richness* yang mewakili jumlah informasi yang diberikan serta kemampuan mereproduksi informasi. Sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah sikap yang memiliki tiga dimensi *cognitive component* yang mewakili pengetahuan dan persepsi mengenai objek sikap, *affective component* yang mewakili perasaan dan emosi pada objek sikap, dan *conative component* yang mewakili perilaku dan tindakan pada objek sikap.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah positivisme dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan jenis penelitian eksplanatif yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh media sosial TikTok @indosiar\_sports terhadap sikap *followers*. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun TikTok @indosiar\_sports pada 1 Juli 2023 sebanyak 4.100.000 akun dengan total jumlah sampel 100 *followers* media sosial TikTok @indosiar\_sports yang menonton konten Persib vs Persija 31 Maret 2023. Untuk analisis data penelitian ini menggunakan analisis *univariate* dan *bivariat*.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh dari media sosial TikTok @indosiar\_sports khususnya pada dimensi *media richness* berpengaruh terhadap sikap *followers* pada tayangan Liga 1 Indonesia khususnya pada dimensi *cognitive component* berupa pengetahuan dan persepsi mengenai tayangan Liga 1 Indonesia. Dari segi media sosial, *media richness* merupakan dimensi yang memberikan pengaruh terbesar sedangkan *self-presentation* berupa interaksi pengguna dalam mengontrol kesan yang pada penelitian ini adalah interaksi dari akun @indosiar\_sports pada kolom komentar adalah dimensi yang memberikan pengaruh terendah terhadap sikap. Dari variabel sikap, *cognitive component* merupakan dimensi yang paling terpengaruh media sosial sedangkan *conative component* yang memuat perilaku dan tindakan dari *followers* pada tayangan Liga 1 Indonesia merupakan dimensi yang paling tidak terpengaruh konten media sosial TikTok @indosiar\_sports.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial TikTok @indosiar\_sports khususnya pada produksi dan reproduksi konten Liga 1 Indonesia telah terbukti berpengaruh cukup kuat terhadap sikap *followers* khususnya pada pengetahuan dan persepsi mengenai tayangan Liga 1 Indonesia. Saran peneliti untuk pihak media sosial @indosiar\_sports adalah untuk tanggap dalam menanggapi komentar yang diberikan pada unggahan dan menggunakan ragam jenis konten baru untuk mempengaruhi sikap pada pengikutnya.

Kata Kunci: Media Baru, Media Sosial, Sikap

## ABSTRACT

**Muhammad Hanifan Fadhlán (1410619081), The Influence of TikTok @indosiar\_sports Social Media on Followers Attitudes on Liga 1 Indonesia Shows (Survey on Persib vs Persija Video Content March 31, 2023), Thesis, Jakarta, 2024 : 147 Pages; 14 Books; 22 Journals; 1 Site.**

The Kanjuruhan tragedy caused the Indonesian League 1 broadcast to stop. This tragedy also caused a decline in the development of social media TikTok @indosiar\_sports, which is a promotional media for Indonesian League 1 broadcasts. After the Indonesian League 1 broadcast was broadcast again, there was an increase in social media TikTok @indosiar\_sports but in terms of numbers it cannot be correlated the influence of social media TikTok @indosiar\_sports with the increase in the number of viewers of the Indonesian League 1 broadcast. Therefore, this research was conducted to find out how the social media TikTok @indosiar\_sports influences followers' attitudes towards Indonesian League 1 broadcasts, the survey of which was conducted using the video content of Persib vs Persija 31 March 2023.

The theory used in this research is reasoned action theory which is used to explain the influence on individual behavior that involves conscious decision making. The independent variables of this research are social media which has four dimensions of self-presentation which represents the social interaction of social media users to control impressions, self-disclosure which represents the user's conscious or unconscious disclosure of personal details, social presence which represents closeness and intimacy through media, and media richness which represents the amount of information provided and the ability to reproduce the information. Meanwhile, the dependent variable in this research is attitude which has three dimensions, a cognitive component which represents knowledge and perception about the attitude object, an affective component which represents feelings and emotions towards the attitude object, and a conative component which represents behavior and actions towards the attitude object.

The paradigm used in this research is positivism with a quantitative research approach. The method used is a survey method with a type of explanatory research which is used to explain how the social media TikTok @indosiar\_sports influences followers' attitudes. The population of this research is 4,100,000 followers of the TikTok @indosiar\_sports account on July 1 2023 with a total sample size of 100 followers of the TikTok @indosiar\_sports social media who watched Persib vs Persija content on March 31 2023. For data analysis, this research uses univariate and bivariate analysis.

The results of this research show that there is an influence from social media TikTok @indosiar\_sports, especially in the media richness dimension, which influences followers' attitudes towards Indonesian League 1 broadcasts, especially in the cognitive component dimension in the form of knowledge and perceptions regarding Indonesian League 1 broadcasts. In terms of social media, media richness is the dimension that has the greatest influence, while self-presentation in the form of user interaction in controlling impressions, which in this research is the interaction from the @indosiar\_sports account in the comment's column, is the dimension that has the lowest influence on attitudes. Of the attitude variables, the cognitive component is the dimension that is most influenced by social media, while the conative component which contains the behavior and actions of followers on Indonesian League 1 broadcasts is the dimension that is least influenced by the TikTok @indosiar\_sports social media content.

From this research it can be concluded that the social media TikTok @indosiar\_sports, especially in the production and reproduction of Indonesian League 1 content, has been proven to have a strong influence on followers' attitudes, especially on knowledge and perceptions regarding Indonesian League 1 broadcasts . The researcher's advice to social media @indosiar\_sports is to be responsive in responding to comments given on uploads and use a variety of new types of content to influence the attitudes of their followers.

Keywords: New Media, Social Media, Attitude

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Hanifan Fadhlán

NIM : 1410619081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul KA : Pengaruh Media Sosial Tiktok @indosiar\_sports Terhadap Sikap Followers Pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Tiktok @indosiar\_sports Terhadap Sikap Followers Pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)”** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 9 Januari 2024



Muhammad Hanifan Fadhlán

NIM. 1410619081

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul : "Pengaruh Media Sosial Tiktok @Indosiar\_Sports Terhadap Sikap Followers Pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)"

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Tanda tangan

Tanggal

Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si.  
NIP. 197311152006042001



19 Januari 2024

Dosen Pembimbing 2

Tanda tangan

Tanggal

Marisa Puspita Sary, M.Si.  
NIP. 197803182008012010



19 Januari 2024

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Dini Safitri, M.Si  
NIP. 198402062010122002

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos.,M.Si. NIP.197403092005012001 Ketua Sidang		19 Januari 2024
2	Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si. NIP. 197311212006042001 Penguji Ahli		23 Januari 2024
3	Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom. NIP. 198101142005012002 Sekretaris Sidang		19 Januari 2024
4	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. NIP. 197311152006042001 Dosen Pembimbing I		19 Januari 2024
5	Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP. 197803182008012010 Dosen Pembimbing II		19 Januari 2024





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Hanifan Fadhlhan  
NIM : 1410619081  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi  
Alamat email : hanifanfadhlan25@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (... )

yang berjudul :

“Pengaruh Media Sosial Tiktok @Indosiar\_Sports Terhadap Sikap *Followers* Pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Januari 2024  
Penulis


(Muhammad Hanifan Fadhlhan)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yaitu Ibu Suprpti dan Almarhum Bapak Nur Agus Sumarwan, serta rekan-rekan yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya.

*“Indeed, with difficulty there is ease. Indeed, with difficulty there is ease.”*

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)



UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial Tiktok @Indosiar\_Sports Terhadap Sikap *Followers* pada Tayangan Liga 1 Indonesia (Survei Pada Konten Video Persib Vs Persija 31 Maret 2023)”. Adapun skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin memanjatkan rasa syukur dan terima kasih kepada orang tua peneliti yakni Ibu Suprpti dan Almarhum Bapak Nur Agus Sumarwan yang memberikan dukungan dan doa kepada peneliti.

Peneliti juga menuturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, beserta jajaran rektorat Universitas Negeri Jakarta;
2. Firdaus Wajdi Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta beserta jajaran Dekanat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta;
3. Dr. Dini Safitri, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
4. Nada Arina Romli, M.I.Kom selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. E. Nugrahaeni P, M.Si dan Marisa Puspita Sary, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah membantu memberikan arahan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi sesuai pedoman akademis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, yaitu Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si, Dr. Dini Safitri, M.Si, Dr. E. Nugrahaeni P, M.Si, Maulina Larasati Putri, M.I.Kom, Marisa Puspita

Sary, M.Si, Vera Wijayanti S, M.Si, Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc dan Nada Arina Romli, M.I.Kom yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti pendidikan perkuliahan.

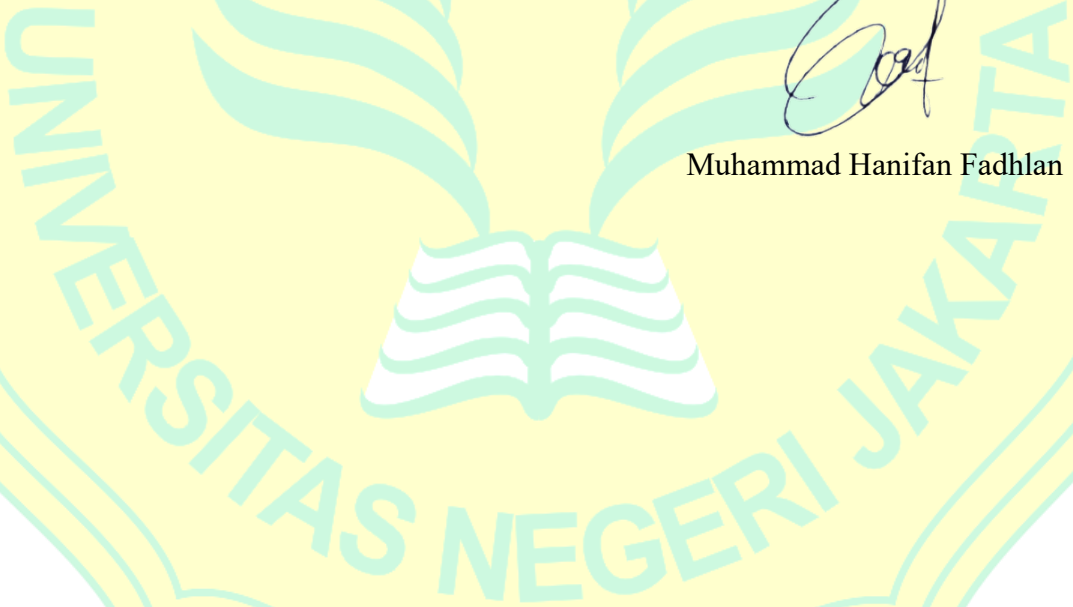
7. Teman-teman yang telah meluangkan waktu, memberikan semangat, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam pengerjaan skripsi ini, peneliti mendoakan semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan dengan rahmatnya. Diluar banyaknya kekurangannya, peneliti berharap agar pembaca memberikan kritik ataupun saran yang dapat membangun perbaikan pada skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 9 Januari 2024



Muhammad Hanifan Fadhlán



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1. Tinjauan Teoritis .....	12
2.1.1. Teori <i>Reasoned Action</i> .....	12
2.1.2. Media Baru .....	13
2.1.3. Media sosial .....	15
2.1.4. Perilaku .....	19
2.1.5. Sikap .....	19
2.2. Variabel Penelitian .....	21
2.2.1. Variabel Bebas .....	21
2.2.2. Variabel Terikat .....	23
2.3. Penelitian Sejenis Terdahulu .....	24
2.4. Hipotesis Teori .....	37
2.5. Model Penelitian .....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	38
3.2. Metode Penelitian .....	39
3.3. Pendekatan Penelitian .....	39
3.4. Jenis Penelitian .....	40
3.5. Subjek Penelitian .....	41
3.5.1. Populasi .....	41
3.5.2. Sampel .....	41
3.5.3. Ukuran Sampel .....	42
3.5.4. Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.6. Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik .....	43
3.6.1. Hipotesis Riset .....	44
3.6.2. Hipotesis Statistik .....	44
3.7. Metode Pengumpulan Data .....	44
3.8. Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.8.1. Validitas .....	45
3.8.2. Reliabilitas .....	48
3.9. Metode Analisis Data .....	51
3.10. Definisi Operasional .....	55
3.11. Operasional Konsep .....	57
3.12. Tempat dan Waktu Penelitian .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	59
4.1.1. Hasil Penelitian Media Sosial TikTok @indosiar_sports .....	59
4.1.2. Hasil Penelitian Sikap <i>Followers</i> Pada Tayangan Liga 1 Indonesia .....	97
4.1.3. Hasil Penelitian Pengaruh Media Sosial TikTok @indosiar_sports Terhadap Sikap <i>Followers</i> Pada Tayangan Liga 1 Indonesia .....	117
4.2. Pembahasan Penelitian .....	123
4.2.1. Pembahasan Media Sosial TikTok @indosiar_sports .....	123
4.2.2. Pembahasan Sikap <i>Followers</i> Pada Tayangan Liga 1 Indonesia .....	129
4.2.3. Pembahasan Pengaruh Media Sosial TikTok @indosiar_sports Terhadap Sikap <i>Followers</i> Pada Tayangan Liga 1 Indonesia .....	133

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	141
5.1. Kesimpulan.....	141
5.2. Saran.....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	144
<b>LAMPIRAN</b> .....	xviii



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Nilai Mean per Dimensi Variabel Media Sosial (X).....	96
Gambar 4. 2 Nilai Mean per Dimensi Variabel Sikap (Y).....	116
Gambar 4. 3 Hasil Uji Linearitas .....	118





## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Standar Pengukuran KMO .....	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel media sosial (X) .....	47
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (Y) .....	47
Tabel 3. 4 Standar Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	48
Tabel 3. 5 Tabel <i>Case Processing Summary</i> Variabel Media Sosial (X) .....	49
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X) .....	49
Tabel 3. 7 Tabel <i>Case Processing Summary</i> Variabel Sikap (Y) .....	50
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap (Y) .....	50
Tabel 3. 9 Rentang Nilai Koefisien Regresi .....	54
Tabel 3. 10 Tabel Operasiomal Konsep.....	57
Tabel 3. 11 Waktu Penelitian.....	58
Tabel 4. 1 Tanggap memberikan respon pada komentar .....	59
Tabel 4. 2 Mendengarkan <i>followers</i> lewat kolom komentar.....	60
Tabel 4. 3 Tanggap mengkomunikasikan informasi tayangan.....	61
Tabel 4. 4 Tertarik membagikan konten .....	62
Tabel 4. 5 Tertarik memberikan komentar.....	63
Tabel 4. 6 Tertarik mengikuti akun.....	64
Tabel 4. 7 Mendapatkan pengetahuan baru.....	65
Tabel 4. 8 Sumber informasi baru.....	66
Tabel 4. 9 Menantikan konten Liga 1 Indonesia.....	67
Tabel 4. 10 Menjadi konten hiburan seperti tayangan Liga 1 Indonesia .....	68
Tabel 4. 11 Menyediakan konten informatif pada <i>followers</i> .....	69
Tabel 4. 12 Lebih mengenal tayangan Liga 1 Indonesia lewat konten.....	70
Tabel 4. 13 Memiliki <i>template</i> tersendiri .....	71
Tabel 4. 14 Konten olahraga dengan balutan unsur komedi.....	72
Tabel 4. 15 Caption menggunakan bahasa sehari-hari.....	73
Tabel 4. 16 Mengemas informasi dengan durasi singkat.....	74
Tabel 4. 17 Menggunakan warna cerah menciptakan persepsi.....	75

Tabel 4. 18 Dibuat untuk seluruh kalangan .....	76
Tabel 4. 19 Disebarkan kepada seluruh <i>followers</i> .....	77
Tabel 4. 20 Konten mudah diakses .....	78
Tabel 4. 21 Memuat informasi luas mengenai tayangan Liga 1 Indonesia.....	79
Tabel 4. 22 Konten dibuat secara <i>realtime</i> .....	80
Tabel 4. 23 Tetap menampilkan kontroversi pada konten .....	81
Tabel 4. 24 Tidak memiliki batasan dalam berkomentar .....	82
Tabel 4. 25 Konten mendorong bertumbuhnya komunitas .....	83
Tabel 4. 26 Penyampain informasi dengan gaya santai .....	84
Tabel 4. 27 Memiliki ketertarikan pada tayangan lewat konten .....	85
Tabel 4. 28 Media sosial menjadi wadah diskusi.....	86
Tabel 4. 29 <i>Caption</i> dibuat memancing sehingga menarik didiskusikan.....	87
Tabel 4. 30 Ingin tahu lebih lanjut mengenai tayangan .....	88
Tabel 4. 31 Konten dibuat setiap pertandingan.....	89
Tabel 4. 32 Menyediakan konten yang beragam .....	90
Tabel 4. 33 Memberikan pengalaman baru pada tayangan.....	91
Tabel 4. 34 Konten menggunakan <i>sound</i> menarik.....	92
Tabel 4. 35 Konten sesuai format aplikasi TikTok .....	93
Tabel 4. 36 Konten berbentuk video pendek .....	94
Tabel 4. 37 Nilai Mean per Indikator Variabel Media sosial.....	95
Tabel 4. 38 Memiliki ikatan pada tayangan .....	97
Tabel 4. 39 Pembawaan pada acara menambah rasa emosional .....	98
Tabel 4. 40 Drama pertandingan menambah rasa emosional pada tayangan ..	99
Tabel 4. 41 Antusias komentator membuat tayangan lebih menarik .....	100
Tabel 4. 42 Terhibur dengan adanya tayangan Liga 1 Indonesia .....	101
Tabel 4. 43 Tertarik dengan unsur kultur pada konten .....	102
Tabel 4. 44 Informasi pada konten menambah pengetahuan pada tayangan...	103
Tabel 4. 45 Media sosial sebagai wadah informasi.....	104
Tabel 4. 46 Menyediakan informasi tayangan secara lengkap .....	105
Tabel 4. 47 Tayangan yang terbuka pada informasi .....	106
Tabel 4. 48 Menganggap tayangan sebagai tayangan hiburan.....	107

Tabel 4. 49 Tayangan berkualitas karena kualitas siaran yang baik .....	108
Tabel 4. 50 Menonton tayangan karena konten media sosial .....	109
Tabel 4. 51 Layanan <i>streaming</i> memudahkan <i>followers</i> .....	110
Tabel 4. 52 Menonton karena promosi tayangan .....	111
Tabel 4. 53 Niat menonton datang dari ragamnya konten tayangan.....	112
Tabel 4. 54 Membangun perilaku karena konten media sosial.....	113
Tabel 4. 55 Niat menonton karena tayangan disiarkan secara langsung.....	114
Tabel 4. 56 Hasil Uji Normalitas .....	117
Tabel 4. 57 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	119
Tabel 4. 58 Hasil Uji t.....	121
Tabel 4. 59 Hasil Koefisien Determinasi .....	122

