

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan beberapa hasil temuan saat penelitian dan pengujian hipotesis terkait sikap tentang konten *fitfluencers* (X_1) dan norma subjektif berolahraga (X_2) terhadap minat berolahraga diantara karyawan muda di Semarang (Y). Di samping itu, terdapat pula saran dari peneliti untuk rekomendasi penelitian ke depannya.

5.1. Kesimpulan

Merujuk pada serangkaian pengujian di atas terkait sikap tentang konten *fitfluencer* (X_1) dan norma subjektif berolahraga (X_2) terhadap minat berolahraga diantara karyawan muda di Semarang (Y), peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Terdapat pengaruh antara sikap tentang konten *fitfluencer* (X_1) terhadap minat berolahraga diantara karyawan muda di Semarang (Y) yangmana nilai signifikansi uji parsial pada kedua variabel tersebut <0.05 . Ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap tentang konten *fitfluencer*, maka semakin meningkat pula minat karyawan dalam berolahraga. Sebaliknya, apabila sikap tentang konten *fitfluencer* semakin negatif, maka semakin turun pula minat mereka dalam berolahraga.
2. Tidak terdapat pengaruh antara norma subjektif berolahraga (X_2) terhadap minat berolahraga diantara karyawan muda di Semarang (Y) yangmana nilai signifikansi uji parsial pada kedua variabel tersebut lebih besar dari 0.05

(0.29 > 0.05). Itu berarti besar tidaknya dukungan yang didapat dari norma Subjektif tidak memiliki pengaruh apapun terhadap minat individu untuk berolahraga.

3. Sikap tentang konten *fitfluencer* (X_1) dan norma subjektif berolahraga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap minat berolahraga diantara karyawan muda di Semarang (Y) yangmana nilai signifikansinya < 0.05 atau f hitung $3059.898 > F$ tabel 3.09. Hanya saja, variabel sikap tentang konten *fitfluencer* memiliki sumbangan efektif yang lebih tinggi (89.5%) dibanding variabel norma Subjektif (8.5%). Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap tentang konten *fitfluencer* dan semakin individu memperoleh dukungan dari orang-orang terdekat, maka berpengaruh pula pada meningkatnya minat mereka dalam berolahraga

5.2. Saran

Melihat besarnya pengaruh yang diberikan dari konten *fitfluencer* dapat dijadikan sebagai stimulus oleh *stakeholder*, organisasi, maupun perusahaan dalam meningkatkan minat berolahraga bagi anggota maupun karyawannya. Minat berolahraga secara rutin tentunya membawa dampak positif dalam peningkatan kesehatan, kesejahteraan, optimalisasi, hingga efisiensi kinerja karyawan. Efisiensi kerja pada karyawan ini pada akhirnya mendorong hasil kerja yang optimal dan maksimal. Selain itu, olahraga juga mampu mempererat hubungan antar karyawan.

Untuk memaksimalkan manfaat tersebut, para *stakeholder*, organisasi, maupun perusahaan dapat mengintegrasikan konten *fitfluencer* sebagai bagian

program kesehatan dan kesejahteraan karyawan. Hal ini dapat diimplementasikan pada suatu program di mana perusahaan berkolaborasi dengan *fitfluencer* dalam membuat konten tertentu yang relevan dengan kebutuhan karyawan, misalnya tutorial olahraga ringan di kantor, tutorial *stretching* di tengah padatnya pekerjaan, tips menjaga kebugaran di saat jam kerja, atau membuat program olahraga mingguan.

Selain itu, *stakeholder*, organisasi atau perusahaan juga dapat memaksimalkan norma Subjektif, baik melalui dukungan maupun contoh langsung, dalam rangka menciptakan budaya kerja yang mendukung aktivitas fisik. Contoh implementasinya seperti penyediaan fasilitas olahraga bagi karyawan, pengadaan agenda olahraga rutin, membentuk kelompok olahraga pada karyawan, atau memberikan *reward* bagi karyawan yang konsisten melakukan aktivitas fisik dalam kurun waktu tertentu. Adanya dukungan dari lingkungan sekitar berpotensi memperkuat norma subjektif yang mendorong minat berolahraga.

Sementara itu, para *fitfluencer* juga dapat terus memanfaatkan konsep *edutainment* yang menggabungkan aspek edukasi dan hiburan sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh para audiens. Selain itu, penggunaan gaya komunikasi dengan menggunakan pendekatan yang lebih santai, *relatable*, dengan bahasa yang lebih sederhana juga dapat dijadikan pertimbangan *fitfluencer* untuk membuat konten kedepannya agar konten-konten mereka dapat terus memotivasi audiens untuk berolahraga.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini tentunya memiliki keterbatasan karena hasil dari sampel ini tidak bisa dijadikan sebagai representasi karyawan secara umum. Hasil dari penelitian ini belum tentu sama dengan jawaban karyawan di kota lain atau yang memiliki bidang pekerjaan lainnya. Penelitian ini juga fokus pada spesifik responden yang merupakan pekerja sehingga hasil penelitian ini terbatas di lingkup karyawan saja. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan *theory of reasoned action* untuk memprediksi minat berolahraga pada karyawan. Oleh karena itu, diperlukannya penelitian lebih mendalam dengan menggunakan karakteristik populasi lain serta menggunakan teori pengembangan *theory of reasoned action* yaitu *theory of planned behavior*. Pada teori tersebut, terdapat faktor persepsi kontrol yang dapat menjadi faktor prediktor lainnya dalam memprediksi niat individu dalam melakukan suatu kegiatan tertentu.