

Eksplorasi Kesadaran dan Keterlibatan Mahasiswa terhadap Olahraga Fullball

Muhammad Sigit Antoni, Jauza Aqila Nurhidayat, Riski Kumoro, Yogaswara Hayu Murti, Bayu Akbar Revantyo, Abusamah Farhan Ubaidah, Imanuel Pascal Ravanesta, Adji Pangestu Suhana, Alana Tegar Jelang Ramadhan, Muhammad Yasfa Al Mutaqi

¹ Pendidikan Olahraga, Universitas Negeri Yogyakarta. Jl. Colombo, No. 1 Yogyakarta, 55281, Indonesia

² Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta. Jl. Colombo, No. 1 Yogyakarta, 55281, Indonesia

* Corresponding Author: sigitantoni@uny.ac.id

Received: 4 April 2025; Revised: 17 May 2025; Accepted: 20 May 2025

Abstrak: Seiring perkembangan zaman, berbagai jenis olahraga terus bermunculan, menawarkan alternatif aktivitas fisik yang menarik dan menyenangkan bagi generasi muda. Salah satu olahraga yang relatif baru dan mulai dikenal di Indonesia adalah Fullball. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan minat mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) terhadap olahraga Fullball, sebuah olahraga inovatif yang relatif baru dan mulai dikenal di Indonesia. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan dengan melibatkan 58 mahasiswa sebagai responden, terdiri dari 28 mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan serta 30 mahasiswa dari fakultas lain. Data dikumpulkan melalui angket daring yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81% mahasiswa sudah pernah mendengar tentang Fullball, namun hanya 19% yang memiliki pengalaman bermain. Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi 48,3% responden, diikuti oleh teman dan media lain. Sebanyak 51,7% mahasiswa pernah menyaksikan pertandingan Fullball, sedangkan 72,4% menunjukkan ketertarikan untuk mempelajari olahraga ini. Meskipun demikian, 55,2% menilai promosi Fullball masih kurang efektif. Mayoritas mahasiswa (94,8%) percaya bahwa Fullball memiliki potensi besar untuk berkembang dan populer di kalangan generasi muda. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kesadaran terhadap Fullball sudah cukup tinggi, pengalaman langsung dan promosi perlu ditingkatkan untuk mendorong partisipasi aktif mahasiswa. Implikasi praktis penelitian ini menekankan perlunya kolaborasi antara pihak kampus, pengelola olahraga, dan komunitas untuk mengembangkan program pelatihan, turnamen, serta kampanye digital yang kreatif dan interaktif. Penelitian ini memberikan dasar penting bagi pengembangan Fullball di lingkungan perguruan tinggi dan dapat menjadi acuan bagi strategi promosi olahraga baru di masa depan.

Kata Kunci: FullBall, olahraga baru, olahraga kontemporer

Exploring Student Awareness and Engagement with Fullball

Abstract: Various types of sports continue to emerge, offering an alternative to interesting and fun physical activities for the younger generation. One of the relatively new sports that is starting to be known in Indonesia is Fullball. This study aims to measure the level of awareness and interest among students of Yogyakarta State University (UNY) regarding Fullball, an innovative and relatively new sport gaining recognition in Indonesia. A descriptive quantitative approach was employed, involving 58 students as respondents, consisting of 28 students from the Faculty of Sports Science and Health and 30 students from other faculties. Data were collected through an online questionnaire that had been tested for validity and reliability, and analyzed using descriptive statistics. The results indicate that 81% of students have heard about Fullball, yet only 19% have experience playing the sport. Social media emerged as the primary source of information for 48.3% of respondents, followed by friends and other media. Approximately 51.7% of students have watched Fullball matches, while 72.4% expressed interest in learning the sport. However, 55.2% of respondents perceived the current promotion of Fullball as ineffective. The majority (94.8%)

believe that Fullball has significant potential to grow and become popular among the younger generation. These findings suggest that although awareness of Fullball is relatively high, direct experience and promotional efforts need to be enhanced to encourage active participation among students. The practical implications of this study emphasize the need for collaboration among university stakeholders, sports organizers, and communities to develop training programs, tournaments, and creative, interactive digital campaigns. This research provides a valuable foundation for the development of Fullball within higher education institutions and serves as a reference for future strategies to promote emerging sports.

Keywords: Fullball, new sports, contemporary sports

How to Cite: Antoni, M.S., Nurhidayat, J.A., Kumoro, R., Murti, Y.H., Revantyo, B.A., Ubaidah, A.F., Ravanesta, I.P., Suhana, A.P., Ramadhan, A.T.J., & Mutaqin, M.Y.A. (2025). Eksplorasi Kesadaran dan Keterlibatan Mahasiswa terhadap Olahraga Fullball. *Jurnal Pedagogi Olahraga dan Kesehatan*, 6 (1), 12-19. doi:<https://doi.org/10.21831/jpok.v6i1.23568>



PENDAHULUAN

Olahraga merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan mahasiswa karena tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga berperan signifikan dalam mendukung kesehatan fisik dan mental. Aktivitas fisik yang teratur dapat meningkatkan kebugaran jasmani, memperkuat sistem kardiovaskular, serta membantu mencegah berbagai penyakit kronis seperti obesitas, diabetes, dan hipertensi yang rentan dialami oleh mahasiswa akibat gaya hidup yang cenderung sedentari (Zhou et al., 2021). Selain manfaat fisik, olahraga juga berkontribusi pada kesejahteraan mental dengan mengurangi stres, kecemasan, dan meningkatkan kualitas tidur melalui produksi endorfin yang menimbulkan rasa bahagia dan rileks (Melnychuk et al., 2021). Dalam konteks akademik, partisipasi dalam olahraga juga dikaitkan dengan peningkatan konsentrasi, produktivitas belajar, serta pengembangan keterampilan sosial seperti kerja sama tim, kepemimpinan, dan manajemen emosi yang sangat penting bagi keberhasilan mahasiswa di lingkungan kampus maupun kehidupan profesional kelak (Olmedilla et al., 2016).

Seiring perkembangan zaman, berbagai jenis olahraga terus bermunculan, menawarkan alternatif aktivitas fisik yang menarik dan menyenangkan bagi generasi muda. Salah satu olahraga yang relatif baru dan mulai dikenal di Indonesia adalah Fullball (*Fullball - The New & Exciting Indonesian-Born Sport*, n.d.). Fullball merupakan olahraga inovatif yang menggabungkan elemen-elemen dari beberapa permainan bola dengan aturan yang dinamis dan unik, sehingga memberikan tantangan sekaligus kesenangan bagi para pemainnya. Keunikan ini berpotensi menarik minat mahasiswa yang mencari variasi olahraga yang tidak monoton dan dapat dimainkan oleh berbagai kelompok umur.

Fullball memiliki potensi besar untuk berkembang dan populer di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, namun tingkat pengetahuan dan minat terhadap olahraga ini masih belum banyak dieksplorasi secara sistematis. Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), dengan keberadaan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan (FIKK), memiliki peluang strategis untuk menjadi pusat pengembangan dan promosi Fullball. FIKK tidak hanya sebagai wadah pembelajaran olahraga, tetapi juga sebagai laboratorium sosial untuk menguji dan mengembangkan olahraga baru yang dapat diadopsi secara luas di lingkungan kampus dan masyarakat. Namun, potensi tersebut belum terukur dengan baik karena minimnya data mengenai kesadaran, pengalaman, dan persepsi mahasiswa terhadap Fullball.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan minat mahasiswa UNY terhadap olahraga Fullball. Selain itu, penelitian ini juga berusaha menggali pengalaman mahasiswa dalam bermain maupun menyaksikan pertandingan Fullball, serta sumber informasi yang mereka gunakan untuk mengenal olahraga ini. Lebih jauh, penelitian ini ingin mengetahui persepsi mahasiswa mengenai potensi perkembangan Fullball dan efektivitas promosi yang telah dilakukan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif yang menjadi dasar bagi pengembang olahraga Fullball dan pihak universitas dalam merancang strategi promosi serta pengembangan yang lebih efektif. Strategi ini penting

untuk menjadikan Fullball sebagai olahraga yang dikenal luas dan diminati, khususnya oleh generasi muda di lingkungan perguruan tinggi, sehingga dapat mendukung gaya hidup sehat dan aktif yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan utama untuk mengukur tingkat pengetahuan dan minat mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) terhadap olahraga Fullball. Pendekatan deskriptif kuantitatif dipilih karena sesuai untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang sedang diteliti tanpa melakukan intervensi atau manipulasi variabel (Sugiyono, 2015). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik guna memperoleh informasi yang representatif tentang kesadaran dan keterlibatan mahasiswa terhadap Fullball.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif UNY dari berbagai fakultas. Sampel sebanyak 58 mahasiswa dipilih menggunakan teknik purposive random sampling untuk memastikan keterwakilan dua kelompok utama, yaitu mahasiswa dengan latar belakang olahraga dan non-olahraga. Dari total sampel, 28 mahasiswa berasal dari Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan yang memiliki latar belakang olahraga, sedangkan 30 mahasiswa berasal dari fakultas lain tanpa latar belakang olahraga. Pendekatan ini bertujuan untuk membandingkan tingkat pengetahuan dan minat antar kelompok yang berbeda latar belakang, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan menggunakan angket berbentuk kuesioner yang disebarakan secara daring melalui platform digital. Kuesioner ini dirancang dengan beberapa bagian yang mengukur aspek-aspek kunci, yaitu: pengetahuan mahasiswa tentang olahraga Fullball, pengalaman dalam bermain atau menonton pertandingan Fullball, sumber informasi yang digunakan untuk mengenal olahraga ini, serta tingkat minat dan persepsi mahasiswa terhadap potensi dan pengembangan Fullball. Angket terdiri dari 10 pertanyaan, dengan 2 pertanyaan berupa isian terbuka untuk memperoleh data kualitatif pelengkap.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Angket sebelum digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan instrumen tersebut mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Product Moment Pearson antara skor tiap butir pertanyaan dengan skor total angket. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki nilai korelasi di atas 0,5, yang berarti valid secara statistik. Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,82, yang menunjukkan bahwa instrumen ini reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur pengetahuan dan minat mahasiswa terhadap Fullball.

Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket secara daring kepada responden melalui media sosial dan grup komunikasi mahasiswa. Responden diberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian dan dijamin kerahasiaan serta anonimitas jawaban untuk mendorong kejujuran dan kenyamanan dalam mengisi angket. Waktu pengisian angket ditentukan selama dua minggu untuk memberikan kesempatan yang cukup bagi responden.

Teknik Analisis Data

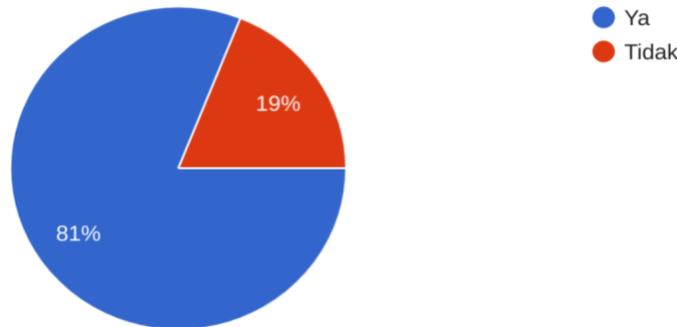
Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dan distribusi jawaban responden. Analisis meliputi perhitungan frekuensi, persentase, dan rata-rata untuk setiap variabel yang diukur. Analisis ini bertujuan memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai tingkat pengetahuan, pengalaman, sumber informasi, serta minat dan persepsi mahasiswa terhadap olahraga Fullball.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini melibatkan 58 mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dengan tujuan mengukur kesadaran dan keterlibatan mahasiswa terhadap olahraga Fullball.

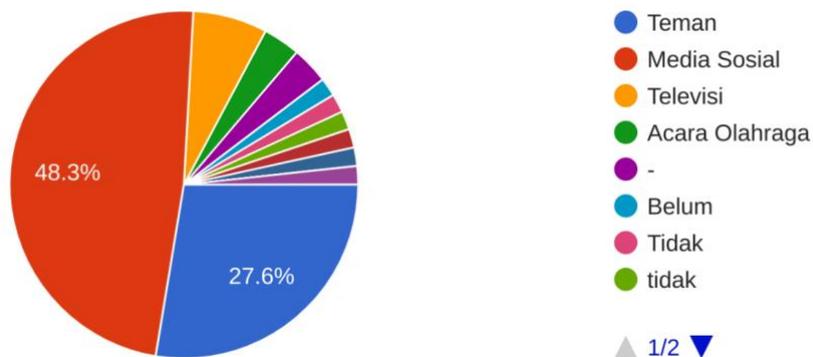
Tingkat Pengetahuan Mahasiswa tentang Fullball



Gambar 1. Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Tentang Fullball

Gambar 1 menjelaskan bahwa sebanyak 81% mahasiswa (47 orang) mengaku sudah pernah mendengar atau mengetahui tentang Fullball, sementara 19% belum mengetahuinya. Hasil ini menunjukkan bahwa olahraga Fullball sudah mulai dikenal di kalangan mahasiswa UNY, meskipun belum merata. Kesadaran awal ini menjadi modal penting untuk pengembangan olahraga baru di lingkungan kampus. Namun, masih ada sekitar satu dari lima mahasiswa yang belum familiar, sehingga diperlukan upaya edukasi lebih lanjut agar informasi dapat tersebar lebih luas.

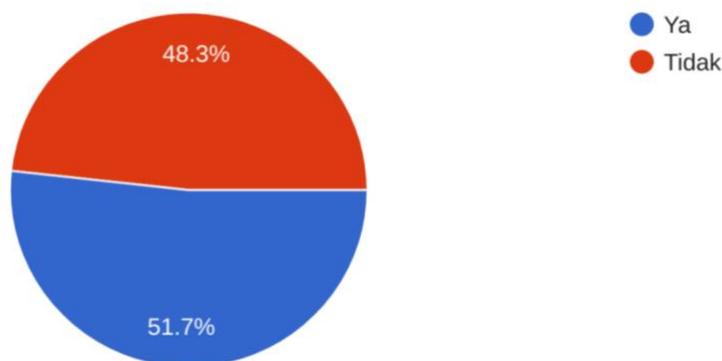
Sumber Informasi tentang Fullball



Gambar 2. Sumber Informasi Tentang Fullball

Berdasarkan Gambar 2, media sosial menjadi sumber informasi utama bagi hampir setengah responden (48,3%), diikuti oleh teman (27,6%), televisi (6,9%), dan sumber lain (17,2%). Temuan ini menegaskan peran strategis media sosial sebagai platform efektif dalam mengenalkan olahraga baru kepada generasi muda. Oleh karena itu, pengembang Fullball perlu memaksimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan daya tarik promosi.

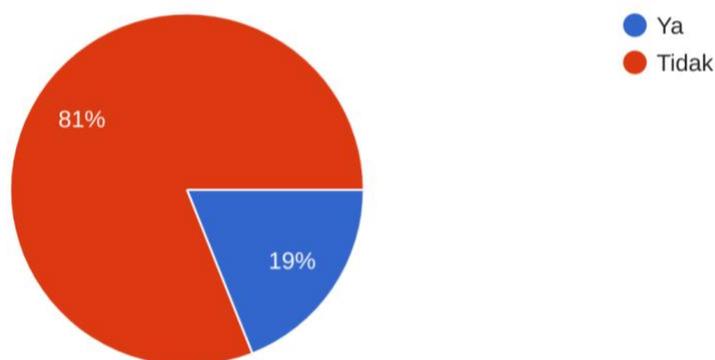
Pengalaman Menyaksikan Pertandingan Fullball



Gambar 3. Pengalaman Mahasiswa Menyaksikan Pertandingan Fullball

Gambar 3 menerangkan bahwa sebanyak 51,7% mahasiswa pernah menyaksikan pertandingan Fullball, baik secara langsung maupun melalui media sosial, sementara 48,3% belum pernah. Meskipun sudah ada yang tertarik menonton, hampir setengahnya belum memiliki pengalaman tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan pertandingan atau event Fullball masih terbatas dan perlu diperbanyak agar dapat menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa.

Pengalaman Bermain Fullball

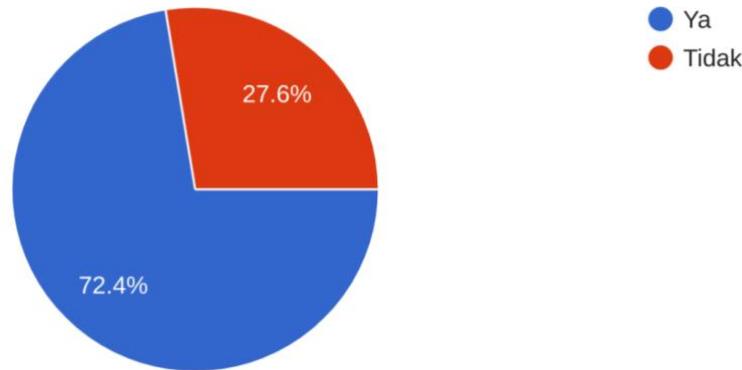


Gambar 4. Pengalaman Mahasiswa Bermain Fullball

Berdasarkan Gambar 4, hanya 19% mahasiswa yang pernah mencoba bermain Fullball, sedangkan mayoritas (81%) belum pernah. Ini menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan tentang Fullball cukup tinggi, pengalaman langsung dalam bermain masih sangat rendah. Faktor ini bisa jadi disebabkan oleh ketersediaan fasilitas atau kurangnya program pengenalan dan pelatihan Fullball di kampus. Oleh karena

itu, perlu diadakan kegiatan praktis seperti turnamen atau workshop agar mahasiswa dapat merasakan langsung keseruan olahraga ini.

Ketertarikan untuk Mempelajari Fullball



Gambar 5. Ketertarikan Mahasiswa Untuk Mempelajari Fullball

Gambar 5 menjelaskan bahwa sebanyak 72,4% mahasiswa tertarik untuk mempelajari Fullball, sedangkan 27,6% tidak berminat. Tingginya minat ini menjadi peluang besar bagi pengembang olahraga untuk mengadakan program pembelajaran atau pelatihan yang dapat meningkatkan partisipasi aktif mahasiswa. Berdasarkan survei, mahasiswa menilai bahwa hal paling menarik dari Fullball adalah cara bermainnya yang unik, menggabungkan unsur bola basket dan futsal. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan fokus promosi untuk membedakan Fullball dari olahraga lain. Sebagian besar mahasiswa juga menyarankan agar promosi Fullball lebih difokuskan melalui media sosial atau platform digital. Saran ini sejalan dengan temuan sumber informasi utama dan menunjukkan bahwa strategi digital marketing sangat relevan untuk menjangkau target audiens yang mayoritas adalah generasi muda.

Pembahasan.

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) telah memiliki pengetahuan dasar tentang olahraga Fullball, dengan 81% responden yang mengaku pernah mendengar atau mengetahui olahraga ini. Temuan ini sejalan dengan teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers yang menyatakan bahwa proses adopsi inovasi dimulai dari tahap kesadaran (*awareness*) di kalangan kelompok awal pengguna (Veronika Karnowski, 2016). Dalam konteks Fullball, kesadaran ini menunjukkan bahwa inovasi olahraga tersebut telah berhasil memasuki tahap awal difusi di lingkungan kampus. Namun, meskipun tingkat kesadaran cukup tinggi, pengalaman langsung mahasiswa dalam bermain Fullball masih rendah, hanya 19%. Hal ini menandakan bahwa inovasi tersebut belum memasuki tahap "trial" atau percobaan secara luas, yang merupakan tahap penting dalam proses adopsi inovasi sebelum akhirnya diterima secara penuh. Oleh karena itu, perlu adanya intervensi yang lebih intensif, seperti penyelenggaraan pelatihan, workshop, dan turnamen antar fakultas, guna mendorong mahasiswa untuk mencoba dan berpartisipasi aktif dalam olahraga ini.

Sumber informasi utama yang berasal dari media sosial (48,3%) menguatkan temuan penelitian sebelumnya bahwa peran media sosial sebagai kanal efektif dalam penyebaran informasi olahraga di kalangan generasi muda (Abed et al., 2015). Media sosial sebagai saluran komunikasi massa dan interpersonal memungkinkan penyebaran inovasi secara cepat dan luas. Namun, lebih dari separuh responden (55,2%) menilai promosi Fullball yang ada saat ini masih kurang efektif, menunjukkan adanya gap antara potensi media sosial sebagai media promosi dan implementasi strategi pemasaran yang belum

optimal. Implikasi praktisnya adalah pengembang olahraga dan pihak kampus perlu merancang konten promosi yang lebih kreatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens untuk meningkatkan engagement dan minat mahasiswa.

Pengalaman menyaksikan pertandingan Fullball yang masih terbatas (51,7%) juga menjadi hambatan dalam memperluas basis penggemar dan pemain. Menurut teori keterlibatan olahraga (*sport involvement theory*) dari Kyle et al. (Alexandris, 2012), pengalaman langsung dalam menyaksikan atau berpartisipasi dalam olahraga sangat berpengaruh dalam membangun keterikatan emosional dan minat jangka panjang. Dengan demikian, penyelenggaraan event Fullball secara rutin dan terorganisir dapat meningkatkan exposure olahraga ini sekaligus memperkuat keterlibatan mahasiswa. Hal ini juga sejalan dengan prinsip difusi inovasi yang menekankan pentingnya saluran komunikasi yang efektif dan interaksi sosial dalam mempercepat adopsi inovasi.

Minat mahasiswa yang tinggi (72,4%) untuk mempelajari Fullball dan persepsi positif terhadap kesesuaian olahraga ini untuk semua kelompok umur menunjukkan bahwa Fullball memiliki karakteristik inklusif dan menarik. Hal ini sesuai dengan konsep olahraga rekreasi yang menekankan aksesibilitas dan kesenangan bagi berbagai kalangan (Suhartini, 2015). Implikasi dari temuan ini adalah bahwa pengembangan Fullball tidak hanya dapat difokuskan pada kalangan mahasiswa saja, tetapi juga dapat diperluas ke masyarakat umum, sehingga memperbesar basis pemain dan penggemar. Pendekatan ini dapat mendukung tujuan pembangunan olahraga yang berkelanjutan dan inklusif.

Secara praktis, penelitian ini menggarisbawahi perlunya kolaborasi antara pihak kampus, pengelola olahraga, komunitas mahasiswa, dan media sosial untuk meningkatkan program promosi dan pengenalan Fullball (Permata et al., 2024). Misalnya, mengadakan workshop, turnamen, serta kampanye digital yang disesuaikan dengan preferensi dan kebiasaan target audiens. Selain itu, pengembangan fasilitas olahraga dan pelatihan pelatih yang kompeten juga sangat penting untuk mendukung kualitas permainan dan pengalaman peserta, sehingga dapat meningkatkan retensi dan loyalitas (Pambudi, 2020).

Secara konseptual, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang cara agar olahraga baru dapat diterima dan dikembangkan di lingkungan akademik dengan mempertimbangkan faktor kesadaran, pengalaman, dan media komunikasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam faktor motivasi dan hambatan mahasiswa dalam berpartisipasi aktif, serta mengevaluasi efektivitas berbagai strategi promosi yang diterapkan. Pendekatan kualitatif atau mixed methods dapat digunakan untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika adopsi olahraga Fullball di kalangan mahasiswa.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa UNY terhadap Fullball sudah cukup baik, namun pengalaman bermain dan efektivitas promosi masih perlu ditingkatkan. Media sosial menjadi kunci utama dalam penyebaran informasi dan promosi. Dengan potensi yang besar dan minat yang tinggi, Fullball memiliki peluang untuk berkembang pesat jika didukung oleh strategi pengenalan dan pengembangan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, S. S., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). Social media as a bridge to e-commerce adoption in SMEs: A systematic literature review. *The Marketing Review*, 15(1), 39-57. <https://doi.org/10.1362/146934715X14267608178686>

- Alexandris, K. (2012). Exploring the role of motivation on the development of sport involvement. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 12(1-2). <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2012.051252>
- Fullball - *The New & Exciting Indonesian-born Sport*. (n.d.). Retrieved April 24, 2025, from <https://officialfullball.com/>
- Melnychuk, I. M., Yastremska, S. O., Popovych, D. V., Humeniuk, V. V., Yefremova, O. V., Novakova, L. V., & Shukatka, O. V. (2021). HEALTH DYNAMICS OF THE MEDICAL UNIVERSITY STUDENTS DURING SPORTS ACTIVITIES. *Widomosci Lekarskie* (Warsaw, Poland: 1960), 74(2). <https://doi.org/10.36740/wlek202102123>
- Olmedilla, A., Toro, E. O., & Abenza, L. (2016). Self-concept, sport, and physical activity practice in university students. *Journal of Human Sport and Exercise*, 11(4). <https://doi.org/10.14198/jhse.2016.114.02>
- Pambudi, D. K. (2020). Analisis Standarisasi Fasilitas Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta. *MEDIKORA*, 19(1). <https://doi.org/10.21831/medikora.v19i1.30887>
- Permata, G. S., Fithroni, H., Khuddus, L. A., & Wismanadi, H. (2024). Sports Marketing Strategies Membangun Awareness & Public Interest Terhadap Olahraga Baru Fullball. *Jurnal Porkes*, 7(2), 966-979. <https://doi.org/10.29408/PORKES.V7I2.26734>
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1.
- Suhartini, B. (2015). PEMBERDAYAAN LANSIA DENGAN AKTIVITASOLAHRAGA REKREASI THERAPUETIK. *MEDIKORA*, 2. <https://doi.org/10.21831/medikora.v0i2.4676>
- Veronika Karnowski, A. S. K. (2016). Diffusion of Innovations von Everett M. Rogers (1962). Schlüsselwerke Der Medienwirkungsforschung, 1962.
- Zhou, H., Dai, X., Lou, L., Zhou, C., & Zhang, W. (2021). Association of sedentary behavior and physical activity with depression in sport university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18). <https://doi.org/10.3390/ijerph18189881>