

Audience Perception Of YouTube Podcast Content' Login ' Episode 12 [Persepsi Audience Terhadap Konten Podcast YouTube Program Acara 'Login' Episode 12]

Mohammad Satriyo W¹⁾, Ainur Rochmania^{*2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ainur@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to examine audience perceptions of the "Login" program broadcast on Deddy Corbuzier's YouTube channel as a medium for da'wah and education. The study employs the S O-R (Stimulus-Organism-Response) theory, which explores the perception process through three main stages: sensation, attention, and response. The findings indicate that the "Login" program consistently captures the audience's attention, as evidenced by the high frequency and duration of viewing. The program is able to meet the audience's need for information and entertainment, which in turn enhances their level of attention. Respondents also reported that the show not only entertains but also provides new insights and influences their views on the topics discussed. Overall, the "Login" program successfully shapes strong perceptions among viewers through the S-O-R process, where the stimulus from the show effectively captures attention and influences audience responses, both emotionally and cognitively. This suggests that the "Login" program can function effectively as a medium for conveying messages of da'wah and education*

Keywords - audience perception, podcast, education

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi audiens terhadap program "Login" yang ditayangkan di kanal YouTube Deddy Corbuzier sebagai media dakwah dan edukasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response), yang membahas proses persepsi melalui tiga tahap utama seperti sensasi, atensi, dan respon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program "Login" berhasil menarik perhatian audiens secara konsisten, terbukti dari frekuensi dan durasi menonton yang tinggi. Program ini mampu memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan penonton, yang kemudian meningkatkan tingkat perhatian mereka. Responden juga melaporkan bahwa tayangan ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan baru dan mempengaruhi pandangan mereka terhadap topik-topik yang dibahas. Secara keseluruhan, program "Login" berhasil membentuk persepsi yang kuat di kalangan penonton melalui proses S-O-R, di mana stimulus dari tayangan ini secara efektif menarik perhatian dan mempengaruhi respon penonton, baik secara emosional maupun kognitif. Hal ini menunjukkan bahwa program "Login" dapat berfungsi sebagai media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan edukasi.*

Kata Kunci - persepsi audiens, podcast, edukasi

I. PENDAHULUAN

Media baru, sering dijelaskan sebagai bentuk media massa modern, mencolok dengan kecepatannya dalam menyebarkan informasi. Menurut Wearesocial, platform media sosial terkemuka di dunia seperti YouTube, Facebook, dan Instagram memimpin dalam hal ini. Perkembangan teknologi telah menghasilkan berbagai produk yang memudahkan kehidupan masyarakat, salah satunya adalah media baru yang didefinisikan sebagai produk komunikasi yang berbasis teknologi dan terhubung dengan komputer digital. Karakteristik global media sosial memungkinkan siapa pun untuk mencapai dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia. Teori media baru, seperti yang diungkapkan oleh Pierre Levy, digagas untuk memahami bagaimana pertumbuhan media konvensional mempengaruhi perkembangan media digital (Nia & Loisa, 2019). Ini mencerminkan perubahan paradigma dalam konsumsi dan interaksi kita dengan informasi. Kini, integritas dan keakuratan informasi menjadi fokus penting, mengingat risiko penyebaran berita palsu dan informasi yang tidak valid. Oleh karena itu, kemampuan literasi media dan keterampilan dalam menyaring informasi secara bijak semakin diperlukan di era digital ini. Media massa dan platform digital, termasuk YouTube, memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap isu-isu agama dan toleransi. Channel-channel yang membahas topik agama memiliki potensi besar untuk menjadi sumber inspirasi dan pengetahuan bagi penonton. Pesan-pesan yang disampaikan dalam konten tersebut dapat memicu refleksi dan memperkuat pemahaman tentang pentingnya toleransi dan kerjasama antarumat beragama. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh situs Statista telah mengungkapkan bahwa Indonesia memiliki tingkat kepercayaan pada Tuhan

tertinggi di dunia. Data ini menjadi perbincangan di media sosial Twitter setelah akun World of Statistics membagikannya pada tanggal 25 Juli 2023. Survei tersebut melibatkan 18.531 responden berusia 16-64 tahun dari 23 negara. Dari jumlah tersebut, 1.000 responden memberikan pandangan mereka mengenai Tuhan. Penting untuk dicatat bahwa kepercayaan pada Tuhan adalah suatu konsep yang sangat subjektif dan kompleks. Namun, temuan ini menyoroti pentingnya agama dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan mencerminkan peran yang signifikan dari nilai-nilai agama dalam budaya dan identitas mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa konten yang memperkuat nilai-nilai toleransi dan penghargaan terhadap keragaman agama dapat memiliki dampak positif yang besar dalam membangun masyarakat yang lebih harmonis dan inklusif. Salah satu fungsi media adalah edukasi atau mendidik. Media baik media massa maupun media sosial saat ini banyak Judul artikel doi: menampilkan informasi dakwah atau yang berhubungan dengan Tuhan atau dalam hal ini agama Islam. Channel youtube Deddy Corbuzier mempunyai program acara yaitu "login". Konten tersebut disiarkan untuk menyampaikan pengetahuan tentang keberagaman dan pentingnya toleransi dalam beragama. Dengan cara ini dakwah kekinian sangat efektif dan efisien untuk diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa terhalang jarak dan waktu dikarenakan kita dapat mengaksesnya setiap saat tanpa terhalang waktu. Mengingat media online dapat menjadi wadah penyebar informasi karena kitab isa menyampaikan informasi lebih informatif dan inovatif.



Gambar 1. Konten Youtube Deddy Corbuzier Program Acara Login Eps 12

Source : <https://www.youtube.com/watch?si=4DnXUgrWZh8ZwqB5&v=oCHlnWvMA7M&feature=youtu.be>

Pada Program acara "Login" mulai tayang sejak 23 Maret 2023, khususnya dengan konten Ramadhan tahun 1444 H di kanal "Close The Door" milik Deddy Corbuzier. Acara ini menjadi angin segar bagi generasi Z yang ingin mendalami pengetahuan agama dan adab. Konten – konten dalam program acara 'login' terus mengalami perkembangan dengan tema tema yang variatif. Pada konten 'login' yang berjudul ' ISLAM TAPI KAFIR!! HABIB: MBAH TEJO LAGI COSPLAY JADI SETAN!?' LOGIN - JAFAR - ONAD. Eps 12 ' dengan jumlah tayang 3.9 juta penonton dan like sebanyak 95 ribu. Konten ini menjadi menarik karena dalam topik yang dibicarakan oleh Sujiwo Tejo dan habib Jafar beserta Onad yang berperan sebagai host. Pembicaraan Ini mencakup tentang adab dari kehidupan, dimana Sujiwo Tejo mengeluhkan dua hal yang terjadi dulu dan sekarang pada era saat sebelum dan sesudah berkembangnya teknologi. dimana dulu disaat orang berbicara namun lawan bicaranya tidak fokus terhadap komunikatornya melainkan fokus kepada handphonenya. Disisi lain jaman dulu disaat orang belum memegang handphone disaat komunikan diajak berbicara menunjukan ekspresi memperhatikan namun pikirannya kemana mana atau tidak fokus terhadap komunikatornya. Beranjak dari fenomena di atas, kanal youtube Deddy Corbuzier program acara "login" memiliki pandangan persepsi yang berbeda tentang kontennya dari beberapa followers yang nama penulis 1 mengikuti akun tersebut. Muncul celah permasalahan yang perlu digali lebih dalam: apakah konten dari login bermanfaat bagi para audiencenya? Untuk menjawab masalah tersebut, penelitian ini merumuskan persepsi audience terhadap kegunaan konten login dalam hal berbagi konten untuk setiap audience akun tersebut secara kualitatif. Media baru, yang juga dikenal sebagai media digital, mengacu pada media yang kontennya terdiri dari kombinasi data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan seperti kabel optik broadband, satelit, dan mikro (Flew, 2008). Dennis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011) menyebutkan bahwa ciri khas dari media baru meliputi keterhubungan antara pengguna, akses yang memungkinkan individu untuk menjadi penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas, kegunaan yang beragam karena sifatnya yang terbuka, serta kehadirannya yang merata di berbagai tempat. YouTube, sebuah platform yang didirikan pada Mei 2005 dan dimiliki oleh Google, dibuat oleh tiga mantan

karyawan PayPal yaitu Steve Chen, Jawed Karim, dan Chad Hurley. Platform ini memudahkan semua kalangan untuk menemukan, menonton, dan membuat berbagai konten video. Selain itu, YouTube juga menyediakan fasilitas untuk berinteraksi satu sama lain dan berfungsi sebagai media distribusi bagi pembuat video dan pengiklan. Budiargo (2015:47) menyatakan bahwa Youtube adalah Situs video online ini terutama digunakan untuk mencari, menonton, dan berbagi video asli dari seluruh dunia melalui web. Masyarakat yang memiliki minat tinggi dalam pembuatan video mulai menggunakan YouTube untuk menyalurkan ide dan gagasan mereka dalam berbagai bentuk video, seperti vlog (video blog), film pendek, dan dokumenter. Menurut David dkk (2017) YouTube mudah digunakan, tidak memerlukan banyak biaya, dan dapat diakses di mana saja dengan ponsel yang kompatibel. Kemudahan ini memungkinkan para kreator video untuk dengan bebas mengunggah konten mereka. YouTube adalah aplikasi berbagi video di mana penonton dapat menonton, mengunggah, dan membagikan video secara gratis. Secara umum, YouTube adalah kumpulan televisi, musik, film, serta konten buatan penggunanya. Format yang dipakai youtube yakni flv yang diputar pada web penjelajah tetapi memiliki plugin Flash Player (Liliweri, 2015:304). Ratna (2013) menyatakan bahwa YouTube juga digunakan sebagai sarana pembelajaran dan memiliki beberapa keunggulan, yaitu :

- Potensial Potensial yang dimaksud adalah perkembangan YouTube di era digital saat ini memberikan nilai tambah pada pendidikan, terutama melalui jalur internet.
- Praktis YouTube dapat diakses dan digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Dengan kemudahan ini, semua kalangan seharusnya memanfaatkannya dengan bijak dan tidak menyalahgunakannya untuk hal-hal yang negatif.
- Informatif YouTube menyediakan informasi tentang perkembangan ilmu pendidikan, teknologi, dan lainnya. Dengan demikian, anak-anak seharusnya lebih terdorong untuk belajar, bukan untuk melihat konten yang tidak pantas.
- Judul artikel
- Interaktif YouTube menyediakan fasilitas untuk mereview video pembelajaran, tanya jawab, dan berdiskusi. Fitur ini termasuk meninggalkan komentar dalam unggahan video.
- Shareable YouTube memiliki fitur link HTML yang memungkinkan video dibagikan di jejaring sosial lain seperti Twitter, Blog/Website, dan Facebook.
- Adanya Teacher Tube Sebagai alternatif dari YouTube, terdapat Teacher Tube yang diluncurkan pada tahun 2007. Aplikasi ini merupakan komunitas online bagi para guru untuk menonton dan mengunggah video edukatif buatan para pendidik. Selain digunakan sebagai sarana pembelajaran, aplikasi ini juga memiliki kelemahan. Berikut adalah kelemahan-kelemahan pada media YouTube:

- Ketersediaan Video Sebagai media yang praktis dan mudah diakses oleh semua kalangan, YouTube memiliki kelemahan, yaitu tidak semua video yang dibutuhkan pengguna tersedia. Beberapa video terkadang hanya tersedia dalam rentang waktu tertentu.
- Kualitas Konten Kualitas video di YouTube perlu diperhatikan oleh pengguna, karena video di YouTube dibuat oleh individu tanpa batasan tertentu dan terkadang melanggar aturan kesusilaan.
- Proses Pencarian Video Dalam mencari video, pengguna harus cermat dalam memilih dan memilih video yang akan dijadikan referensi. Selama proses pencarian, YouTube menampilkan semua video yang relevan, namun terkadang hasilnya tidak sesuai dengan yang dibutuhkan pengguna. Menurut Budiargo (2015), YouTube adalah sebuah platform video online yang utamanya digunakan sebagai sarana untuk mencari, menonton, dan berbagi video asli dari berbagai belahan dunia melalui web. Sebagai salah satu bentuk dari media sosial dan bagian dari media baru, YouTube adalah situs berbagi video yang populer di mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Kepopuleran YouTube disebabkan oleh kemampuannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan kepentingan pengguna, mulai dari informasi bisnis, hiburan, hobi, hingga gaya hidup. Bahkan, beberapa pengguna menjadikannya sebagai bagian penting dari profesi mereka. Dengan berbagai fungsinya, YouTube menawarkan banyak manfaat dan kemudahan bagi pengguna dari berbagai segmen. Khalayak sering kali disebut dengan berbagai istilah seperti penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, nama penulis 1 decoder, atau komunikan. Khalayak berperan sebagai salah satu aktor penting dalam proses komunikasi, sehingga perannya tidak boleh diabaikan karena kesuksesan suatu proses komunikasi sangat bergantung pada khalayak itu sendiri (Cangara, 2008). McQuail (1987) mengemukakan beberapa konsep alternatif mengenai audiens:

- Audiens sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa. Dalam konsep ini, audiens dipandang sebagai penerima pesan dalam komunikasi massa yang tersebar luas, beragam, dan jumlahnya besar.
- Audiens sebagai massa. Dalam konsep ini, audiens digambarkan sebagai kelompok besar yang heterogen, dengan penyebaran yang luas dan identitas yang anonim, serta komposisi sosial yang lemah dan cenderung berubah-ubah dengan cepat.
- Audiens sebagai kelompok sosial atau publik. Audiens dalam konsep ini diartikan sebagai kelompok orang yang terbentuk berdasarkan isu, minat, atau bidang keahlian tertentu. Mereka aktif dalam mencari informasi dan mendiskusikannya dengan anggota audiens lainnya.
- Audiens sebagai pasar. Dalam konsep ini, audiens dipandang sebagai konsumen media dan target bagi iklan tertentu, seperti penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa. Persepsi adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan bermasyarakat. Persepsi merupakan cara seseorang merespons atau menerima sesuatu secara langsung. Menurut Jalaludin Rakhmat (2011), persepsi dapat diartikan sebagai pengalaman yang melibatkan obyek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui proses menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Walgito (2003), proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut. Langkah pertama adalah sensasi, di mana objek menghasilkan rangsangan atau stimulus yang kemudian diterima oleh alat indera atau reseptor. Stimulus yang diterima ini diteruskan melalui saraf sensoris menuju otak. Di otak, sebagai pusat kesadaran, terjadi proses yang membuat individu sadar akan apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan. Perhatian merupakan langkah persiapan dalam proses persepsi, dan hal ini penting karena individu sering kali dihadapkan pada berbagai macam stimulus dari lingkungan sekitar, bukan hanya satu. Namun, tidak semua stimulus mendapatkan respon dari individu untuk dipersepsi. Stimulus yang akan dipersepsi atau menerima respon dari individu bergantung pada perhatian individu tersebut. Pada tahap akhir proses persepsi, individu menjadi sadar akan apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan, yakni stimulus yang diterima melalui alat indera. Tahap ini adalah bagian terakhir dari proses persepsi dan merupakan persepsi yang sesungguhnya. Respon sebagai hasil atau reaksi dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai bentuk. Hovland (1953) adalah penemu pertama Teori S-O-R (Stimulus Organism

Response), yang merupakan model klasik komunikasi yang banyak dipengaruhi oleh teori psikologi. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi. Ini berarti bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, dan simbol-simbol tertentu dapat merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Judul artikel Jalaludin (2003:49-67) berpendapat bahwa stimulus respon memiliki efek yang memunculkan reaksi khusus terhadap stimulus, sehingga orang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara reaksi dan pesan yang diterima. Beberapa unsur dalam model teori ini adalah: a. Stimulus (Pesan) Stimulus merupakan rangsangan yang mengandung gagasan atau pesan. Rangsangan atau stimulus yang diterima oleh audience melalui media YouTube program acara "Login" b. Organism (Organisme) Organisme adalah individu sebagai objek dalam metode komunikasi. Dalam penelitian ini, audience menjadi objek ketika proses komunikasi berlangsung. Tiga unsur yang digunakan untuk memberi stimulus pada organisme adalah pengetahuan, perhatian, dan penafsiran. Pengetahuan adalah informasi yang diterima individu melalui media. Perhatian adalah proses mental ketika serangkaian stimulus lebih menonjol dibanding yang lain. Sedangkan penafsiran adalah proses individu dalam memaknai tayangan tersebut. c. Response (Efek) Response adalah efek yang terjadi dari pemberian stimulus oleh komunikator. Efek ini digunakan untuk mengetahui bagaimana respon anak ketika menerima stimulus dari berbagai arah. Respon ini juga diperkuat oleh tiga komponen efek dalam komunikasi massa. Teori ini digunakan untuk memahami bagaimana stimulus (konten YouTube) memengaruhi organisme (audiens) dan menghasilkan respons (persepsi dan reaksi audiens). Konten dakwah di YouTube, seperti program "Login," menjadi stimulus yang ditujukan kepada penonton yang mengakses platform tersebut. Penonton ini, sebagai organisme, menerima dan merespons konten yang disajikan. Persepsi dan tanggapan penonton terhadap konten dakwah tersebut menjadi penting untuk dipelajari, karena dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas pesan yang disampaikan serta bagaimana audiens memaknai dan meresponnya. Dalam penelitian ini, peneliti memulai dengan mengkaji analisis pesan dakwah dalam konten YouTube, dengan merujuk pada beberapa studi terdahulu yang relevan. Salah satunya adalah penelitian oleh Aditta Nuzila Mahira dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2021, berjudul "Pesan Dakwah pada Channel YouTube Taqy Malik". Penelitian tersebut menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk memahami tanda-tanda tertentu. Meskipun fokus pada analisis pesan dakwah dan penggunaan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk nama penulis 1 media dalam berdakwah sama dengan penelitian tersebut, perbedaan terletak pada objek penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian ini lebih menekankan pada konten YouTube yang berbeda, serta menggunakan pendekatan analisis yang mungkin memiliki nuansa atau fokus yang berbeda. Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya, peneliti dapat memperkaya pemahaman dan konteks analisis mereka sendiri, sambil menunjukkan kontribusi unik dari penelitian yang sedang dilakukan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Evi Nowidiyanti dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada tahun 2021 berjudul "Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun TikTok @Basyasman00)". Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan konten video yang diunggah dalam akun TikTok @Basyasman00. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan fokus pada video dakwah yang diunggah selama bulan Ramadan. Meskipun penelitian ini mirip dalam pendekatan penelitian dan analisis isi, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan platform media yang digunakan untuk berdakwah. Penelitian lain oleh Muhamimin Abdullah dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2021 berjudul "Analisis Pesan Dakwah Terhadap Respon Netizen Habib Ja'far Hussein Dalam Channel YouTube Jeda Nulis". Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi dokumen atau teks, yang disusun secara sistematis. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Penelitian ini mengidentifikasi pesan-pesan dakwah dalam channel YouTube Jeda Nulis, terutama yang berkaitan dengan akhlak manusia. Meskipun metode penelitian dan analisis pesan dakwah serupa, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan teknik pengumpulan data. (Capinera, 2021) Selain itu, penelitian berjudul "Persepsi Followers Terhadap Konten TikTok @resep_inspirasi_debm" juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami persepsi followers terhadap konten yang dibuat oleh akun TikTok tersebut. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dalam pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Informan penelitian ini terdiri dari 4 orang followers akun TikTok @resep_inspirasi_debm yang berusia 20-40 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok yang diberikan oleh akun tersebut menghasilkan persepsi positif dan negatif. Beberapa followers merasa konten tersebut menginspirasi, sementara yang lain merasa konten tersebut menyulitkan (Hartiningtyas & Iflah, 2024). Penelitian-penelitian sebelumnya dan penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan yang signifikan. Persamaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan penerapan teori New Media. Dalam ketiga penelitian tersebut, Judul artikel mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang mereka teliti, sementara teori New Media digunakan sebagai kerangka kerja untuk menganalisis peran media dalam konteks dakwah. Namun, terdapat perbedaan yang mencolok antara penelitian-penelitian tersebut. Pertama, perbedaan terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya mungkin fokus pada studi kasus tertentu atau kelompok tertentu dalam konteks dakwah menggunakan media sosial, sedangkan penelitian ini memiliki objek penelitian yang berbeda atau lebih luas. Kedua, perbedaan terdapat pada media yang dipilih untuk dakwah. Penelitian sebelumnya mungkin fokus pada satu atau beberapa platform media sosial tertentu, seperti Facebook atau Twitter, sementara penelitian ini mempertimbangkan penggunaan berbagai platform media sosial atau media lainnya, seperti YouTube, Instagram, atau platform blogging. Ketiga, terdapat perbedaan dalam fokus pembahasan. Penelitian sebelumnya mungkin lebih terfokus pada analisis penggunaan media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah, sementara penelitian ini memperluas cakupan pembahasannya untuk mencakup aspek-aspek lain, seperti interaksi antara pendakwah dan audiensnya, dampak sosial dari dakwah melalui media

sosial, atau peran media sosial dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap agama dan spiritualitas. Dengan demikian, meskipun ketiganya menggunakan metode penelitian yang sama, perbedaan dalam objek penelitian, media yang dipilih, dan fokus pembahasan memberikan nuansa yang unik dan penting bagi kedua penelitian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi audiens terhadap konten YouTube Deddy Corbuzier dalam program acara "Login" dimana topik yang diangkat mengandung dua persepsi yang berbeda serta untuk mengetahui sudut pandang seseorang tentang kejadian yang memiliki persamaan antara gaya komunikasi masa lalu dan dimasa sekarang.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa fokus penelitian bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian, sehingga memudahkan pengelolaan data dan penyusunan kesimpulan. Berdasarkan uraian di atas, serta masalah dan tujuan penelitian, fokus penelitian ini adalah pada persepsi (Walgito, 2003) yang mencakup: Sensasi, Atensi, Respon Informan dalam penelitian ini adalah audiens program acara "Login" yang disiarkan di saluran YouTube Deddy Corbuzier, dengan kriteria berusia dewasa dalam rentang usia 20-24 tahun. Pada rentang usia ini, penilaian moral dan kemampuan kognitif individu sudah berkembang lebih kompleks (Wulan & Chotimah, 2017). Penelitian ini akan melibatkan 6 orang informan yang dipilih dari antara subscriber aktif yang rutin menonton konten program "Login". Untuk memperoleh informasi yang akurat dan gambaran yang jelas, penulis akan menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi. Wawancara merupakan teknik nama penulis 1 pengumpulan data yang dilakukan melalui sesi tanya jawab dan pertukaran informasi antara peneliti dan responden, sehingga dapat memperoleh informasi terkait topik yang dibahas (Datubara & Irwansyah, 2019). Sementara itu, observasi dilakukan dengan mengamati perilaku pengunggah dan audiens yang menonton konten tersebut. Observasi dianggap sebagai dasar dari ilmu pengetahuan (S. Nasution, 2009).

Tabel 1
Informant

Informan	age	frequency watch
Fickry Ganishafa Pradana	21	5
Rizal Firdaus	22	4
M Rizaldi	21	5
Naufal Dzaki	21	6
Rifandi Kusrio	21	5
Adrian Rizkilah	21	4

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan mengikuti tahapan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2014). Tahapan tersebut meliputi: Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa teknologi, khususnya ponsel, memiliki dampak yang signifikan terhadap cara individu berinteraksi, memberikan perhatian, dan memproses komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam subbab atensi, ditemukan bahwa perkembangan teknologi telah menyebabkan peningkatan gangguan perhatian, membuat individu lebih sulit untuk fokus pada satu tugas karena distraksi yang dihasilkan oleh notifikasi dan media sosial. Ini menandakan bahwa teknologi, meskipun memberikan kemudahan, juga membawa tantangan besar dalam mempertahankan fokus. Pada subbab sensasi, audiens memberikan pandangan yang beragam mengenai pengaruh teknologi terhadap adab dalam komunikasi. Meskipun ada yang merasakan sensasi positif dari efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi, sebagian besar audiens tetap merasakan adanya dampak negatif, seperti penurunan kesopanan dan kualitas interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi memiliki dua sisi yang saling bersaing, yang keduanya dirasakan oleh audiens dalam konteks kehidupan sehari-hari. Dalam respon, penggunaan ponsel selama percakapan langsung diakui sebagai tindakan yang mengurangi kualitas komunikasi dan mencerminkan kurangnya rasa hormat terhadap lawan bicara. Temuan ini menekankan bahwa teknologi, jika tidak digunakan dengan bijak, dapat menjadi penghalang dalam komunikasi yang bermakna dan sopan. Keseluruhan hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa teknologi telah mengubah dinamika komunikasi secara signifikan, mengundang perhatian lebih besar terhadap cara kita berinteraksi dan memberikan perhatian dalam percakapan sehari-hari. Teknologi, sebagai stimulus dalam teori S-O-R, berdampak pada proses internal individu, yang kemudian mempengaruhi respons mereka dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, penting untuk menyadari dampak-dampak ini dan mengelola penggunaan teknologi agar tidak mengorbankan kualitas komunikasi dan adab yang seharusnya dijunjung. Judul artikel tinggi. Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah reduksi data. Pada tahap ini, data yang diperoleh dari lapangan disederhanakan melalui proses seleksi yang cermat. Fokus utama dari reduksi data adalah pada informasi yang paling penting dan relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini melibatkan pemusatan perhatian pada data yang memiliki signifikansi tinggi, serta penghapusan informasi yang tidak relevan atau berlebihan. Dengan demikian, data yang tersisa akan lebih terstruktur dan lebih mudah dianalisis. Data yang telah mengalami proses seleksi dan reduksi kemudian disusun dalam bentuk teks naratif atau grafik jaringan. Penyajian data

bertujuan untuk memperjelas pemahaman peneliti terhadap informasi yang telah dipilih. Dengan menggunakan narasi atau grafik, data dapat dipresentasikan secara lebih jelas dan terstruktur, sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola atau hubungan yang ada. Penyajian data ini juga mempermudah pembaca untuk mengikuti dan memahami hasil penelitian. Pada tahap akhir, penarikan kesimpulan dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Proses ini melibatkan verifikasi data melalui peninjauan ulang catatan-catatan lapangan serta pengecekan konsistensi informasi. Dengan melakukan verifikasi yang teliti, peneliti dapat memastikan bahwa kesimpulan yang diambil didasarkan pada data yang kuat dan dapat diandalkan. Kesimpulan yang dihasilkan merupakan ringkasan dari temuan penelitian yang mencerminkan hasil analisis data secara menyeluruh.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada persepsi audience yang terdiri dari sensasi, atensi dan respon. Berikut adalah hasil dari wawancara dengan informan sebanyak tujuh orang. Sensasi merupakan tahap awal dalam proses persepsi, di mana stimulus yang diterima oleh alat indera akan mempengaruhi bagaimana individu memproses dan menginterpretasikan informasi tersebut. Pada tahap ini, frekuensi dan durasi paparan terhadap stimulus menjadi indikator penting. Sebagai contoh, semakin sering dan lama seseorang menonton suatu konten, semakin besar kemungkinan bahwa stimulus tersebut akan mempengaruhi persepsi mereka seberapa sering dan seberapa lama responden menonton konten "Login" berfokus pada bagaimana mereka terpapar nama penulis 1 dengan stimulus (tayangan). Dari jawaban yang diterima, sebagian besar responden menonton tayangan "Login" antara 2 hingga 4 kali dalam seminggu, dengan durasi yang bervariasi antara 30 hingga 60 menit untuk episode 12. Ini menunjukkan bahwa tayangan "Login" cukup sering diakses oleh audiens, dan durasi menonton yang cukup lama menandakan adanya daya tarik yang kuat dari konten tersebut. Frekuensi dan durasi menonton ini merupakan indikator awal dari tingkat eksposur audiens terhadap stimulus. Dalam teori persepsi, semakin sering dan lama seseorang terpapar pada suatu stimulus, maka semakin besar kemungkinan stimulus tersebut memengaruhi proses persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa konten "Login" mampu menarik perhatian audiens dengan cukup efektif, sehingga mereka cenderung untuk mengalokasikan waktu yang signifikan untuk menonton tayangan tersebut. Ini juga menandakan bahwa stimulus yang diberikan oleh tayangan ini memiliki intensitas dan relevansi yang cukup tinggi bagi audiens. Penelitian ini juga menelusuri pandangan audiens tentang pengaruh teknologi terhadap adab dalam komunikasi sehari-hari serta bagaimana perubahan ini dirasakan apakah lebih memberikan sensasi negatif atau positif. Dari wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa pandangan audiens beragam, dengan mayoritas merasa netral terhadap pengaruh teknologi. Mereka cenderung melihat bahwa meskipun ada dampak positif, ada pula sisi negatif yang harus diakui. Teknologi, dalam pandangan mereka, memberikan keseimbangan antara kemudahan dan tantangan dalam berkomunikasi. Sebagian audiens merasakan dampak negatif dari teknologi terhadap adab komunikasi. Mereka berpendapat bahwa teknologi, terutama melalui media sosial dan aplikasi pesan, telah merubah cara orang berinteraksi, seringkali ke arah yang kurang memperhatikan kesopanan. Misalnya, ada kecenderungan untuk berbicara dengan cara yang lebih informal, sering kali tanpa memperhatikan etika yang sebelumnya dijunjung tinggi dalam komunikasi langsung. Teknologi juga dianggap memudahkan batas-batas kesantunan, dengan penggunaan simbol atau singkatan yang berlebihan yang kadang-kadang dapat disalahartikan atau menimbulkan kesalahpahaman. Namun, ada juga audiens yang merasakan sensasi positif dari perkembangan teknologi dalam komunikasi. Mereka menekankan bahwa teknologi telah mempermudah proses komunikasi, menjadikan pengiriman dan penerimaan pesan lebih cepat dan efisien. Hal ini, dalam pandangan mereka, telah memperkaya interaksi sehari-hari, memungkinkan hubungan yang lebih erat meski jarak yang jauh memisahkan. Selain itu, teknologi juga dianggap memperluas kesempatan untuk berkomunikasi dengan lebih banyak orang dari latar belakang yang beragam, yang mungkin tidak terjadi tanpa bantuan teknologi. Secara keseluruhan, pandangan audiens mencerminkan kompleksitas dampak teknologi pada sensasi dalam komunikasi. Teknologi dianggap memiliki dua sisi positif dan negatif yang keduanya dirasakan secara bersamaan oleh banyak orang dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini menegaskan bahwa sensasi yang ditimbulkan oleh teknologi dalam komunikasi sangat tergantung pada konteks penggunaan dan persepsi individu terhadap norma-norma komunikasi yang ada. Judul artikel Atensi adalah tahap kritis dalam proses persepsi di mana individu memutuskan stimulus mana yang akan mereka fokuskan di antara banyaknya pilihan yang tersedia. Faktor seperti mood yang baik, ketertarikan pada topik, dan pengaruh eksternal (seperti rekomendasi dari orang lain) dapat memengaruhi atensi. Responden yang menonton konten karena kemauan sendiri menunjukkan bahwa stimulus memiliki daya tarik yang kuat tanpa memerlukan banyak dorongan eksternal. Pada bagian ini, responden ditanya tentang kondisi mood mereka saat menonton, motivasi atau kebutuhan yang mendorong mereka untuk menonton, serta apakah keputusan menonton didorong oleh kemauan sendiri atau pengaruh eksternal. Sebagian besar responden melaporkan bahwa mood mereka baik atau netral saat menonton serta untuk mengisi waktu untuk menunggu Berbuka Puasa, dan mereka menonton tayangan "Login" karena tertarik pada topik atau narasumber yang diundang. Beberapa responden juga mengakui bahwa mereka terdorong menonton karena rekomendasi teman atau melihat potongan tayangan di media sosial. Atensi adalah tahap kritis dalam proses persepsi, di mana individu memutuskan stimulus mana yang akan mereka fokuskan di antara banyaknya pilihan yang tersedia. Mood yang baik dan ketertarikan pada topik adalah faktor penting yang mendorong atensi ini. Keputusan untuk menonton secara mandiri atau karena pengaruh orang lain juga menunjukkan bagaimana stimulus eksternal, seperti rekomendasi atau promosi di media sosial, dapat meningkatkan atensi terhadap konten. Responden yang melaporkan bahwa mereka menonton atas kemauan sendiri menunjukkan bahwa konten "Login" memiliki daya tarik intrinsik yang kuat, yang mampu menarik perhatian tanpa perlu banyak dorongan eksternal. Penelitian ini mengungkapkan perubahan signifikan dalam cara audiens mempersepsikan gangguan perhatian di era

sebelum dan sesudah perkembangan teknologi. Pada masa sebelum teknologi berkembang pesat, audiens melaporkan bahwa gangguan perhatian lebih jarang terjadi dan biasanya hanya berasal dari lingkungan sekitar, seperti suara bising atau interaksi langsung. Kondisi ini memungkinkan mereka untuk lebih mudah fokus pada satu tugas karena distraksi yang terjadi relatif sedikit. Namun, setelah perkembangan teknologi, terutama dengan munculnya ponsel, media sosial, dan notifikasi yang terus menerus, gangguan perhatian meningkat secara drastis. Audiens merasa bahwa fokus mereka menjadi lebih mudah terganggu oleh stimulus digital yang hadir hampir setiap saat. Perangkat teknologi ini tidak hanya menyediakan kemudahan dan akses informasi, tetapi juga membawa tantangan dalam menjaga konsentrasi, karena rangsangan yang terus menerus hadir melalui layar ponsel dan aplikasi. Secara sederhana, audiens menyatakan bahwa pada masa lalu, menjaga fokus lebih mudah dilakukan, sementara di era nama penulis 1 sekarang, tantangan ini menjadi lebih kompleks akibat banyaknya distraksi yang dihasilkan oleh teknologi. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara mereka bekerja dan berkomunikasi, tetapi juga berdampak pada cara mereka beristirahat dan menjaga kesejahteraan mental. Dalam kehidupan sehari-hari, audiens menyadari pentingnya menyeimbangkan manfaat teknologi dengan kebutuhan untuk mempertahankan perhatian yang mendalam, yang kini menjadi semakin sulit di tengah banyaknya gangguan. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi modern, meskipun memberikan banyak keuntungan, juga membawa konsekuensi signifikan terhadap atensi individu. Pemahaman ini penting untuk mengevaluasi bagaimana kita dapat beradaptasi dengan tantangan ini dalam upaya menjaga kualitas fokus dan perhatian dalam berbagai aspek kehidupan. Respon adalah tahap akhir dari proses persepsi, di mana individu menyadari dan bereaksi terhadap stimulus yang telah diproses. Respon ini dapat berupa perubahan sikap, peningkatan pengetahuan, atau modifikasi pandangan terhadap suatu topik. Efek dari stimulus ini dapat dilihat dalam bagaimana penonton memandang topik yang dibahas setelah menonton tayangan tertentu, menunjukkan bahwa konten tersebut efektif dalam memengaruhi persepsi dan sikap audiens. Pertanyaan pada bagian ini mengarah pada apa yang didapatkan responden dari menonton tayangan "Login" dan bagaimana tayangan tersebut memengaruhi pandangan atau sikap mereka terhadap topik yang dibahas. Sebagian besar responden mengaku mendapatkan wawasan baru dan sudut pandang yang lebih luas setelah menonton tayangan tersebut. Beberapa juga merasa pandangan mereka terhadap topik yang dibahas menjadi lebih kritis dan mendalam. Hasil dari paparan stimulus melalui perubahan sikap, pandangan, atau pengetahuan. Berdasarkan jawaban para responden, tayangan "Login" berhasil memengaruhi persepsi mereka dengan memperkaya wawasan dan sudut pandang mereka tentang topik yang dibahas. Ini menunjukkan bahwa tayangan tersebut efektif dalam tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga dalam memberikan nilai tambah yang nyata kepada audiensnya, sehingga mereka tidak hanya sekadar menonton, tetapi juga mengambil sesuatu yang bermanfaat dari tayangan tersebut. Dalam penelitian ini, audiens memberikan pandangan mereka mengenai respons yang biasanya muncul ketika seseorang menggunakan ponsel saat berkomunikasi, serta dampaknya terhadap kualitas komunikasi dan adab. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas audiens menganggap bahwa penggunaan ponsel dalam konteks komunikasi langsung cenderung mengurangi kualitas interaksi yang terjadi. Mereka mencatat bahwa ketika seseorang terganggu oleh ponsel, pesan yang disampaikan oleh lawan bicara mungkin tidak didengar dengan baik, yang bisa berujung pada kesalahpahaman. Hal ini juga dianggap sebagai perilaku yang kurang sopan, karena menunjukkan kurangnya perhatian dan rasa hormat terhadap orang yang sedang berbicara. Beberapa audiens mengungkapkan bahwa mereka akan memilih untuk menghentikan percakapan jika lawan bicara mereka sibuk dengan ponsel. Sikap ini mencerminkan ketidaknyamanan yang dirasakan ketika komunikasi tidak mendapat perhatian penuh, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas percakapan secara keseluruhan. Audiens merasa bahwa interaksi seperti itu menjadi kurang bermakna dan tidak efektif, karena ada hambatan dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan. Judul artikel Lebih jauh, ada juga yang menyoroti pentingnya adab dalam berkomunikasi, di mana fokus dan mendengarkan dengan seksama merupakan bagian dari tata krama dasar. Menurut mereka, menggunakan ponsel saat berkomunikasi tidak hanya mengganggu alur percakapan tetapi juga mencerminkan kurangnya kesadaran akan norma-norma kesopanan. Dalam pandangan ini, tindakan tersebut dianggap tidak pantas, karena mengabaikan prinsip-prinsip dasar yang seharusnya dipegang teguh dalam setiap interaksi sosial. Temuan ini menggambarkan bahwa respons terhadap penggunaan ponsel dalam komunikasi tidak hanya mempengaruhi kualitas percakapan tetapi juga terkait erat dengan persepsi tentang adab dan kesopanan. Penggunaan ponsel saat berkomunikasi dipandang sebagai tindakan yang mengganggu dan sering kali menimbulkan ketidaknyamanan, yang secara langsung berdampak pada efektivitas dan makna interaksi yang terjadi. Dalam konteks episode 12 "Login," stimulus yang diterima oleh audiens adalah konten yang mereka lihat dan dengar melalui program tersebut. Stimulus ini melibatkan panca indera, terutama penglihatan dan pendengaran, yang mengaktifkan proses internal dalam diri audiens. Stimulus ini berupa visualisasi, dialog, serta tema yang diangkat dalam episode tersebut. Setelah menerima stimulus, proses internal dalam diri audiens mulai bekerja, yang dikenal sebagai "Organism" dalam teori S O-R. Pada tahap ini, pikiran, emosi, dan persepsi audiens mulai merespons stimulus yang mereka terima. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar audiens merasakan bahwa teknologi, khususnya ponsel yang sering digunakan saat menonton, mempengaruhi cara mereka memproses informasi dari episode ini. Pikiran mereka menjadi lebih terpecah karena distraksi dari notifikasi atau penggunaan ponsel di tengah tengah menonton. Ada audiens yang merasa fokus mereka terganggu, yang membuat mereka tidak sepenuhnya dapat memahami pesan yang disampaikan oleh program. Beberapa merasakan frustrasi karena interaksi digital ini mengurangi kedalaman pengalaman menonton mereka. Namun, ada juga yang merasa tetap dapat menjaga fokus meskipun terpapar stimulus dari ponsel mereka. Pada tahap "Response," audiens menunjukkan beragam reaksi terhadap episode 12 "Login." Sebagian merasa terganggu oleh penggunaan ponsel, yang menurunkan kualitas komunikasi dan interaksi dengan konten. Respons negatif ini menyoroti dampak buruk teknologi terhadap komunikasi. Namun, ada juga audiens yang tetap mampu merespons dengan baik meski terganggu, menunjukkan adaptasi yang lebih baik terhadap stimulus digital.

VII. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan "Login" pada channel YouTube Deddy Corbuzier mampu membangun persepsi yang kuat di kalangan audiens melalui proses sensasi, atensi, dan respon. Pada tahap sensasi, stimulus yang dihasilkan oleh tayangan ini berhasil menarik perhatian audiens, sebagaimana ditunjukkan oleh frekuensi dan durasi menonton yang tinggi. Audiens merespons stimulus visual dan konten naratif dari tayangan tersebut dengan sangat positif, menandakan daya tarik yang kuat. Dalam atensi, audiens memberikan perhatian lebih ketika tayangan tersebut relevan dengan kondisi mood mereka atau memenuhi kebutuhan informasi atau hiburan yang mereka cari. Ini menunjukkan bahwa tayangan "Login" berhasil menyelaraskan konten dengan apa yang diinginkan oleh audiens, yang penting dalam membentuk persepsi mereka. Pada tahap respon, hasil menunjukkan bahwa tayangan ini tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga berhasil membangun dan memodifikasi persepsi audiens terhadap topik yang dibahas. Banyak audiens melaporkan bahwa pandangan mereka terhadap isu-isu tertentu yang dibahas dalam tayangan berubah setelah menonton, menandakan bahwa tayangan ini efektif dalam mempengaruhi sikap dan keyakinan mereka. Secara keseluruhan, melalui proses S-O-R (Stimulus-Organism-Response), tayangan "Login" membuktikan kemampuannya dalam tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membangun persepsi yang kuat dan memengaruhi pandangan audiens terhadap berbagai isu yang diangkat dalam program tersebut. Tayangan ini berfungsi sebagai alat dakwah dan edukasi yang berhasil memengaruhi persepsi dan sikap audiens secara signifikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala berkah-Nya dalam penelitian ini. Juga terima kasih kepada semua yang telah mendukung, termasuk responden, rekan-rekan sejawat, dan penerbit jurnal. Semua kontribusi sangat dihargai. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat. Terima kasih, Ya Allah, atas segala berkah dan rahmat-Mu.

REFERENSI

- [1] Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- [2] (Husna, 2023; Shinta Alimatul Islam & Mutrofin, 2023; Werung, 2015; Wijayadiningrat, 2020)
- [3] Hartiningtyas, A. J., & Iflah, I. (2024). Persepsi Followers Terhadap Konten TikTok resep_inspirasi_debm. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 192–202.
<https://doi.org/10.31294/jkom.v14i2.15744>
- [4] Husna, N. (2023). Login Di Close the Door : Dakwah Digital Habib Ja'Far Pada Generasi Z. *Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 38–47.
<https://ejournal.iainukebumen.ac.id/index.php/selasar>
- [5] Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6393>
- [6] Pratama, G. S. A. (2021). *Pengaruh komunikasi keluarga, lingkungan dan media YouTube terhadap karakter Islami anak (RT 04 RW 02 Desa Sidosermo Kecamatan Wonocolo, Surabaya)*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- [7] Shinta Alimatul Islam, & Mutrofin. (2023). Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam terhadap Program Dakwah Shihab & Shihab di Narasi TV. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 1–17.
<https://doi.org/10.33367/kpi.v6i1.3653>
- [8] Werung, M. Y. (2015). Persepsi Audiens Terhadap Tayangan D'Academy Indosiar Di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 185–199. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/JURNAL%20\(11-16-15-01-54-15\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/JURNAL%20(11-16-15-01-54-15).pdf)
- [9] Wijayadiningrat, S. (2020). Persepsi Otaku Mengenai Nilai-Nilai Kesetaraan Gender Dalam Anime Dan Manga Naruto. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 83–91. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.4.2.83-91>
- [10] <https://youtube.com/@corbuzier?si=7tGGFtWFcF7S81>
- [11] <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6841344/survei-indonesia-jadi-nomor-1-negara-yang-paling-percaya-tentang-tuhan>
- [12] <https://youtu.be/oCHlnWvMA7M?si=4DnXUgrWZh8ZwqB5>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.