

PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN KONTEN *YOUTUBE* DEDDY CORBUZIER PERIODE 2022

Yandy Guntur Setiawan¹, Imaddudin²

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

¹yandy.guntur.setiawan.19@mhs.ubharaajaya.ac.id

²imaddudin@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Konten kontroversi Deddy Corbuzier pada tahun 2022 menyebabkan dirinya banyak mendapatkan umpatan dan respon kurang baik dari masyarakat, namun konten Deddy Corbuzier masih bisa bertahan dan konsisten dengan jumlah penonton yang banyak. Peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi penonton terhadap konten *YouTube* Deddy Corbuzier pada periode 2022. bagaimana *YouTube*-nya bisa tetap bertahan dan konsisten memiliki penonton sangat banyak setelah Deddy Corbuzier beberapa kali melakukan kontroversi, apa saja yang membuat konten Deddy Corbuzier ini menjadi menarik, melalui persepsi dari para penontonya secara langsung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Deddy Corbuzier menurut persepsi mereka memiliki keberagaman konten yang variatif, adanya kebaruan narasumber, serta isi konten dan pembahasan yang menarik, hal itulah yang membuat konten Deddy Corbuzier ini tetap diminati oleh para penontonya. Selain itu judul, *thumbnail*, dan tampilan awal konten Deddy Corbuzier juga terkesan *clickbait* sehingga membuat penasaran serta mampu menarik atensi lebih dari penontonya. Dengan demikian, meskipun Deddy Corbuzier melakukan kontroversi pada tahun 2022, namun minat penonton terhadap kontennya tetap tinggi dikarenakan faktor-faktor tersebut.

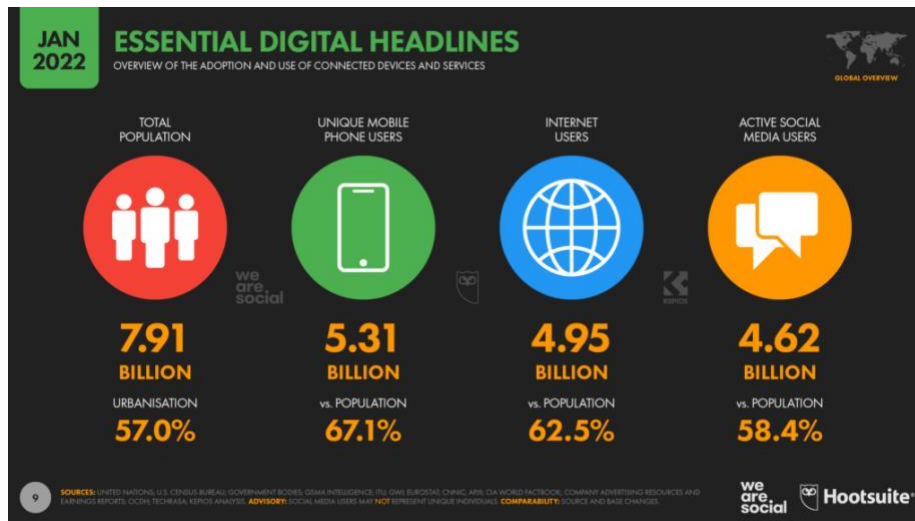
Kata kunci: Persepsi, Penonton, Konten, *YouTube*, Deddy Corbuzier

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna media sosial di setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Bahkan pada awal tahun 2022, pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 4,6 miliar. Data ini diambil dari *VoA* yang mengutip laporan *Smart Insights* dari Inggris (*VoA* Indonesia, 2022).

Sementara itu dalam laporan terbaru pada bulan Januari 2022 lalu yang didapat melalui data *We Are Social* yang menjadi perusahaan media dari Inggris, pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 4,62 miliar. Ini berarti pengguna media sosial di dunia saat ini setara dengan 58,4% dari total populasi yang ada di dunia saat ini. Menurut laporan tersebut, Indonesia sendiri memiliki pengguna media sosial yang mencapai 68,9% dari total populasi penduduk di Indonesia, yang berarti pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta. (*WeAreSocial*, 2022).

Diterima: 7 Juni 2024, Direvisi: 11 Oktober 2024, Diterbitkan: 14 Oktober 2024



Gambar 1 Digital 2022 Global Overview Report

Sumber: www.wearesocial.com (2022).

Di Indonesia, populix sebagai perusahaan penyedia layanan customer insight pernah membuat survei tentang media sosial pada tahun 2022 untuk memperingati hari media sosial yang jatuh setiap tanggal 10 juni, tujuan dari survei ini adalah untuk melihat kebiasaan masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial. Dan hasil dari survei yang dikutip melalui *CNBC* Indonesia ini adalah bahwa *Youtube* masih menjadi raja media sosial di Indonesia dengan angka 94% paling sering digunakan oleh responden (*CNBC* Indonesia, 2022).

Konten-konten yang ada di media sosial saat ini sangatlah beragam, mulai dari konten hiburan, musik, edukasi, film, berita, olahraga, dan masih banyak lagi. Populix juga menerbitkan hasil survei mengenai 5 konten yang paling banyak dicari di media sosial pada tahun 2022, dalam surveinya tersebut, responden paling banyak dengan 22% mencari konten hiburan, 14% responden mencari musik, 12% film, 12% berita dan terakhir 10% mencari konten kuliner (*CNBC* Indonesia, 2022).

Dari keberagaman konten yang ada di media sosial, tahun 2022 memiliki beragam konten yang kontroversial. Contoh-contoh dari konten kontroversi yang ada di tahun 2022 misalnya adalah seperti konten *prank* KDRT Baim Wong di kanal *Youtube*-nya yang sempat menjadi sorotan pada

tahun 2022. Lalu ada konten flexing kekayaan dan konten penipuan berkedok trading yang dilakukan oleh Indra Kenz di akun *youtube*-nya.

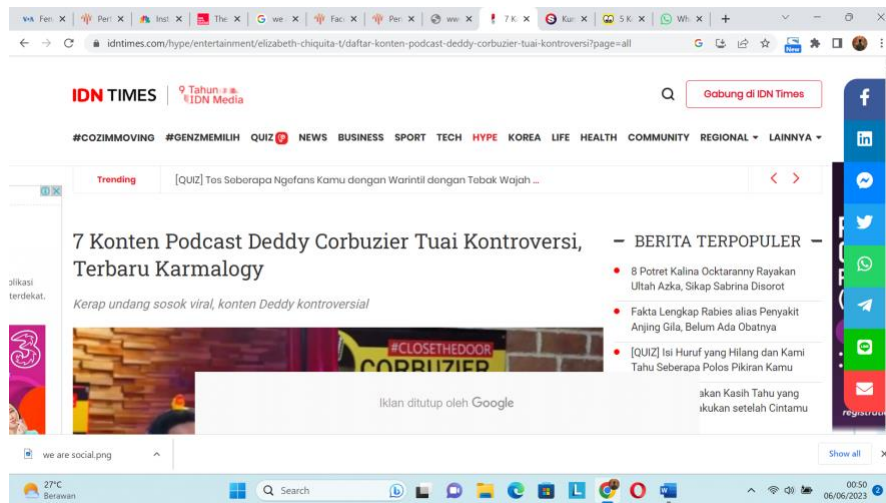
Selain konten kontroversi yang telah disebutkan di atas, ada beberapa konten kontroversi yang menyita perhatian masyarakat Indonesia yaitu kontroversi dari konten *Youtube* Deddy Corbuzier. Ada beberapa konten kontroversi Deddy Corbuzier yang telah penulis rangkum di tahun 2022 yang membuat kontennya banyak mendapatkan respon negatif dari masyarakat, yaitu:

No.	Judul Konten	Tanggal Upload	Keterangan Kontroversi
1.	“Tutorial Jadi G4y di Indo!! Pindah ke Jerman Ragil dan Fred”	7 Mei 2022	Dalam konten ini Deddy Corbuzier membuat judul yang seakan mengajarkan tutorial untuk Masyarakat Indonesia yang ingin menjadi gay, selain itu Deddy mengundang bintang tamu dari pasangan LGBT sehingga membuat kemarahan publik dan muncul seruan tagar <i>#unsubscribeDeddyCorbuzier</i>
2.	"Bakal Ada yg Marah Podcast Ini Tayang!! Dari Jual P3r4wan Sampe Bebek-Agung Karmalogy"	10 November 2022	Dalam konten ini Deddy Corbuzier bersama dengan Agung Karmalogy membuat konten yang menyinggung soal keperawanan, judul konten yang dibuat Deddy adalah sindiran untuk Meyden. hasil dari kontroversi yang dibuat Deddy ini adalah banyaknya komentar negatif dari netizen di kanal <i>youtube</i> -nya dan di sosial media lain.
3.	Ilmu Mastur8a5i dan Orgasm3♥ - Inez Kristanti - Deddy Corbuzier Podcast	8 Januari 2022	Yang membuat peneliti mengkategorikan ini sebagai kontroversi adalah menggunakan kata-kata yang terlalu vulgar dalam Judul dan <i>thumbnail/cover</i> gambar dari kontennya. Dalam <i>cover/thumbnail</i> kontennya bahkan tertulis kata “boleh masturbasi” dan “boleh orgasme” dimana penggunaan kata tersebut sangat tidak pantas.
4.	Shin Tae-Yong - Exclusive di Closethedoor -	11 Januari 2022	Pada konten ini Deddy Corbuzier membuat guyonan terhadap Shin Tae Yong pelatih Timnas Indonesia asal korea selatan dengan guyonan tentang korea utara, Deddy pun membuat video

	Deddy Corbuzier Podcast		klarifikasi pada pembukaan di video yang diupload pada 16 Januari 2022 dengan judul "Bahaya Beda Agama- di Somasi!!- Boris Bokir - Deddy Corbuzier Podcast".
--	-------------------------	--	--

Tabel 1 Kontroversi Deddy Corbuzier di tahun 2022
 Sumber: Youtube.com (2022)

Ada dua kontroversi yang membuat Deddy Corbuzier menjadi perbincangan masyarakat di tahun 2022, yaitu konten dengan judul "Tutorial Jadi G4y di Indo!! Pindah ke Jerman Ragil dan Fred" dan "Bakal Ada Yg Marah Podcast Ini Tayang!!Dari Jual P3r4wan Sampe Bebek- Agung Karmalogy". Setelah meng-upload konten tersebut, Deddy Corbuzier mendapatkan tagar #UnsubscribePodcastDeddy di sosial media *twitter* yang menembus sampai *trending topic* Indonesia.



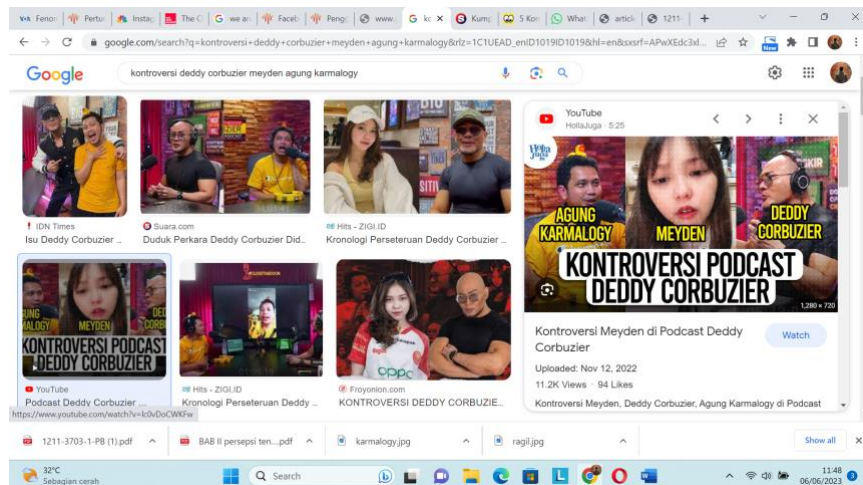
Gambar 1 Tujuh konten Deddy Corbuzier yang kontroversi
 Sumber: www.idntimes.com (2022)

Dampak dari kontroversi tersebut pada kanal *youtube*-nya adalah pengurangan jumlah *subscribers*. Mengutip berita CNBC Indonesia yang mengatakan, "dampak dari #UnsubscribePodcastCorbuzier yang menjadi trending topic di *Twitter*, Deddy sudah kehilangan sekitar 100.000 *subscribers* di *Youtube*" (CNBC Indonesia, 2022).



Gambar 2 Konten kontroversi Deddy saat mengundang Ragil
Sumber: www.youtube.com (2022)

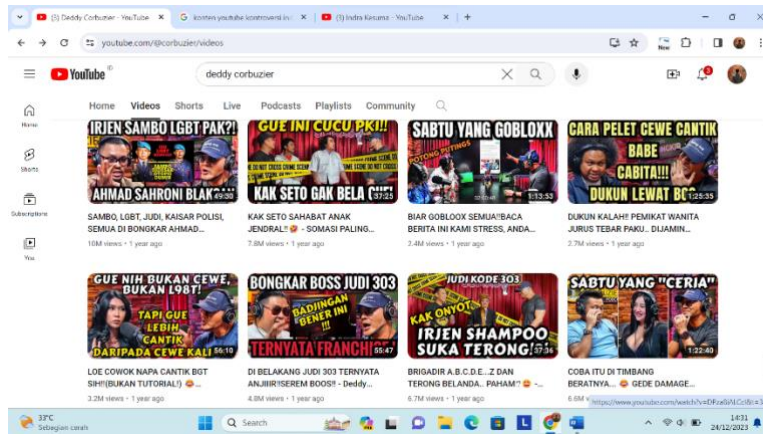
Dan satu kontroversi lainnya adalah ketika Deddy Corbuzier membuat konten bersama Agung Karmalogy yang menyinggung soal keperawanan, konten ini sendiri diminta oleh Meyden untuk di-*take down* karena membahas soal Meyden yang pernah ditanyai apakah pernah menjual keperawanannya (IDN Times, 2022).



Gambar 3 Kontroversi Deddy bersama Agung Karmalogy dengan Meyden
Sumber: www.google.com (2022)

Dari kontroversi yang pernah Deddy Corbuzier lakukan tersebut yang membuat dirinya banyak mendapatkan umpatan dan respon kurang baik dari masyarakat, dan sempat berdampak

pada kanalnya yang mengalami pengurangan jumlah *subscribers*, Namun konten Deddy Corbuzier masih bisa bertahan dengan jumlah penonton yang sangat banyak. Data yang diambil peneliti melalui kanal *youtube*-nya pada tanggal 20-30 Agustus 2022 bahkan menunjukkan semua kontennya melewati angka 2 juta *viewers*.

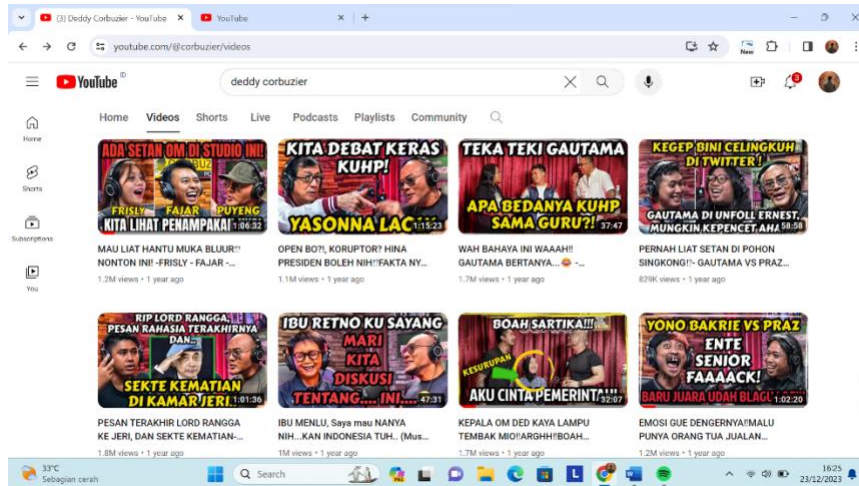


Gambar 4 Viewers di kanal Youtube Deddy dari tanggal 20-30 Agustus 2022
Sumber:: www.youtube.com (2022)

Jika dibandingkan dengan kanal *Youtube* lain yang jumlah *subscribers*-nya lebih banyak dari Deddy Corbuzier seperti Atta Halilintar atau Rans Entertainment milik Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, yang sama-sama diambil berdekatan di akhir tahun 2022, *viewers* Deddy Corbuzier bahkan jauh lebih banyak dan jauh lebih konsisten memiliki *viewers* di atas 1 juta.

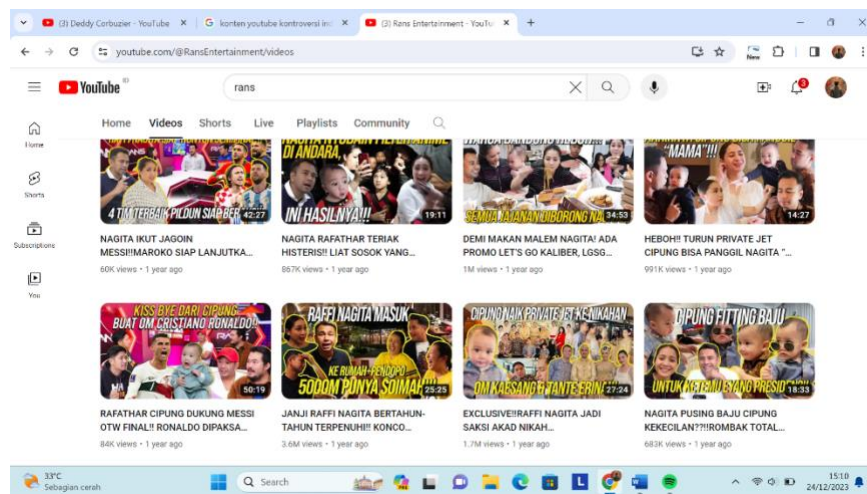
Saat ini kanal *youtube* Deddy Corbuzier telah memiliki jumlah *subscribers* yang mencapai 20,5 juta. Masih kalah jika dibandingkan dengan kanal *youtube* Rans Entertainment yang telah mencapai 25,1 juta dan kanal *youtube* Atta Halilintar yang telah mencapai 30,3 juta *subscribers*. Namun, Deddy Corbuzier bisa konsisten memiliki *viewers* di atas 1 juta dalam konten-konten *youtube*-nya.

Berikut adalah perbandingan penonton dari 8 konten di *Youtube* Deddy Corbuzier dengan *Youtube* Rans dan Atta Halilintar yang paling berdekatan di bulan Desember:



Gambar 5 Jumlah viewers konten Youtube Deddy Corbuzier dari tanggal 3-14 Desember 2022
Sumber: www.youtube.com/@corbuzier (2022)

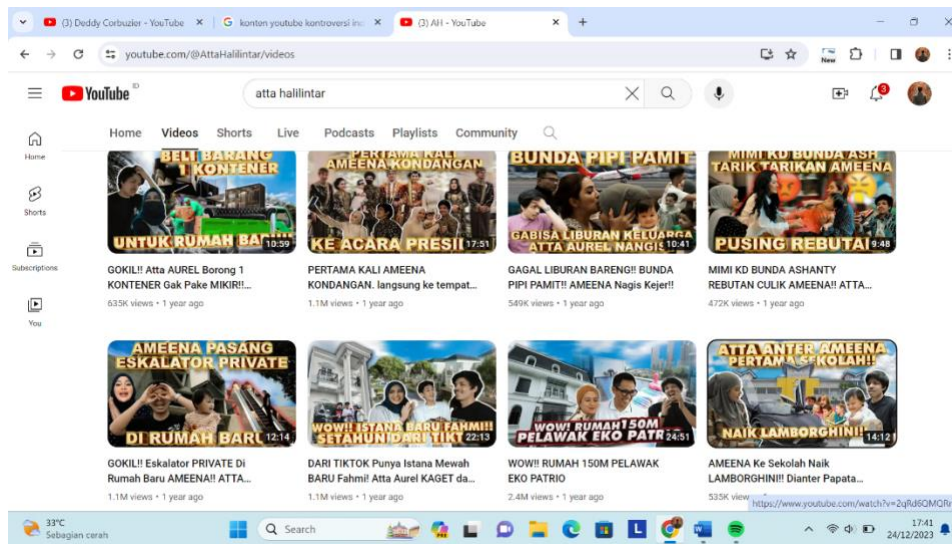
Dari data yang diambil dari kanal *youtube* Deddy Corbuzier pada tanggal 3 Desember *viewers* Deddy adalah 1,2 juta penonton, dan hanya 1 konten dengan judul “Pernah Liat Setan Di Pohon Singkong!. Gautama vs Praz” yang belum menembus angka 1 juta *viewers* yaitu 829 ribu penonton dari periode 3 Desember – 14 Desember 2022 tersebut.



Gambar 6 Jumlah viewers konten Youtube Rans dari tanggal 10-13 Desember 2022
Sumber: <https://www.youtube.com/@RansEntertainment> (2022)

Sedangkan di atas merupakan data yang diambil melalui kanal *Youtube* Rans milik Raffi Ahmad, dari data yang diambil yang tanggal 10-13 Desember tersebut, dapat terlihat bahwa hanya

ada 3 konten dari 8 konten yang menembus angka 1 juta viewers, lumayan jauh jika dibandingkan dengan konten Youtube Deddy Corbuzier.



Gambar 7 Jumlah viewers konten Youtube Atta Halilintar dari tanggal 6-13 Desember 2022
Sumber: www.youtube.com/@AttaHalilintar (2022).

Sementara itu gambar di atas adalah jumlah *viewers* milik Atta Halilintar. Dari 8 konten yang paling berdekatan dengan konten Deddy Corbuzier pada bulan desember tersebut, konten milik Atta Halilintar hanya mendapatkan *viewers* di atas 1 juta sebanyak 4 kali, masih kalah dibandingkan dengan Deddy Corbuzier yang memperoleh *viewers* di atas 1 juta sebanyak 7 konten dari 8 kontennya yang di upload. Ini menjelaskan bahwa jumlah *viewers* dari konten-konten Deddy Corbuzier lebih banyak dan konsisten mendapat jutaan *views*. Padahal seharusnya ketika seorang konten kreator melakukan banyak kontroversi, yang seharusnya terjadi adalah berkurangnya jumlah penggemar dan jumlah penonton, namun mengapa tidak dengan Deddy Corbuzier. Fenomena inilah yang membuat penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena peneliti melihat adanya kontradiksi (antara apa yang seharusnya terjadi dan kenyataan yang ada, kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan).

TINJAUAN LITERATUR

1. Persepsi

Menurut Deddy Mulyana (2008) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-penyandian (decoding)

dalam proses komunikasi. Persepsi timbul di karenakan adanya respon terhadap stimulus yang di terima oleh seorang individu sangat kompleks sehingga stimulus dapat masuk ke dalam otak, dan kemudian diartikan serta di tafsirkan untuk di berikan makna melalui proses yang rumit dan kemudian setelah itu menghasilkan suatu persepsi (Atkinson & Hilgard, 1991).

John R. Wenburg & William W. Wilmot (1973) menjelaskan bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna (dalam Mulyana 2008). Sementara itu J. Cohen (1994) mendefinisikan persepsi sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana (dalam Mulyana, 2008). Dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi merupakan proses penafsiran (interpretasi) sebuah informasi atas rangsangan yang diterima oleh panca indera dari objek eksternal atau dari apa yang ada di sekeliling kita.

Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi dibentuk dengan tiga tahapan menurut Dedy Mulyana (2008), yaitu:

- a. Sensasi: Merujuk pada pesan yang disampaikan ke otak melalui alat indra penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecap. Berbagai rangsangan akan ditangkap oleh alat indra dan disampaikan ke otak. Makna yang sampai ke otak harus dipelajari. Namun manusia tidak dapat membuat persepsi hanya dengan proses sensasi. Setelah proses sensasi, makna dan informasi yang ada di dalam otak manusia akan masuk ke tahap atensi.
- b. Atensi: Merupakan proses penafsiran suatu informasi yang telah sampai ke otak manusia. Dalam tahap ini seseorang akan mulai memperhatikan kejadian atau informasi dari luar.
- c. Interpretasi: Tahap terakhir dan yang paling penting dari proses persepsi. Dalam tahapan ini, kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek, akan tetapi kita dapat menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai mewakili suatu objek. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

d. Tayangan

Tayangan adalah konten audiovisual yang disajikan kepada audiens melalui berbagai media seperti televisi, film, radio, dan platform digital. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991), tayangan diartikan sebagai "segala sesuatu yang ditayangkan

(dipertunjukkan)". Sementara menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (1976), tayangan adalah "yang ditayangkan, dipersembahkan".

Pengertian tayangan dari berbagai kamus tersebut menunjukkan maksud dari tayangan konten adalah yang dipertunjukkan kepada penonton atau audiens. Dalam konteks media audiovisual, Badudu (2003) juga menyampaikan definisi serupa mengenai tayangan, yang menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan pesan kepada masyarakat luas.

Tayangan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk opini, mengedukasi, menghibur, dan mempengaruhi persepsi audiens terhadap berbagai isu dan topik. Dengan kemajuan teknologi, platform digital seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok telah menjadi wadah bagi tayangan konten yang diproduksi oleh individu maupun kelompok organisasi. Tayangan bukan hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi kreatif, pembelajaran, dan media promosi bagi berbagai produk dan layanan di era digital saat ini.

e. **Penonton**

Penonton, baik dalam konteks pertunjukan langsung maupun konten digital seperti *Youtube*, memiliki peran yang penting dalam dinamika seni dan komunikasi modern. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penonton adalah individu yang secara aktif menyaksikan pertunjukan atau karya seni dengan kesadaran penuh akan pengalaman yang mereka hadapi. Dalam arti sebuah pentas seni, penonton diartikan sebagai orang yang secara sadar dan aktif datang untuk menyaksikan suatu karya seni pertunjukan (Aji, 2017).

Penonton di dalam konten *Youtube* memiliki sebutan "*viewer*", merujuk kepada siapapun yang menonton konten yang diunggah di platform tersebut. Sebagai *viewer* di *Youtube*, individu memiliki peran yang penting dalam mengonsumsi konten, namun dalam konteks digital, interaksi antara pembuat konten dan *viewer* sering kali lebih langsung dan cepat melalui fitur-fitur seperti komentar, like, dan berlangganan.

Dengan demikian, peran penonton dalam industri digital ini adalah sebagai ekosistem yang dinamis dalam seni dan komunikasi di era digital saat ini, penonton atau *viewer* tidak hanya menjadi pemirsa, melainkan juga bagian dari khalayak yang terlibat dalam proses berbagi, pertukaran ide, dan komunikasi dalam sebuah industri digital saat ini.

2. **Media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki dimensi penting dalam memfasilitasi interaksi dan kerjasama antara pengguna secara virtual, mencakup aspek pengenalan, komunikasi, dan kerjasama.

Sedangkan menurut Kottler dan Keller (2016), media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan orang lain. Kottler dan Keller (2016) menegaskan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam memfasilitasi pertukaran informasi dan konten antarindividu melalui platform-platform digital.

Taprial dan Kanwar (2012) mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto, dan lain-lain dengan orang lain.

Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya sekadar platform untuk berbagi konten atau berinteraksi, tetapi juga menjadi wadah untuk menyuarakan pendapat, memperjuangkan isu-isu sosial, dan membangun komunitas berbasis minat atau kepentingan. Dengan demikian, media sosial bukan hanya merupakan alat komunikasi, tetapi juga merupakan cermin dari kebutuhan akan konektivitas dan interaksi sosial di era digital ini.

3. **YouTube**

YouTube adalah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menonton video yang diunggah oleh berbagai pihak (Herminingsih, Nurdin, & Saguni, 2022). Sebagai salah satu bentuk media berbasis video, Youtube telah menjadi semakin populer dalam lima tahun terakhir. Statistik situs menunjukkan bahwa Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna (David, Sondakh, & Harilama, 2017:1).

Selain sebagai platform berbagi video, Youtube juga dianggap sebagai media sosial yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dan konten. Pengguna dapat menonton video langsung melalui situs web atau aplikasi *YouTube* yang tersedia di berbagai platform. Lebih dari itu, pengguna juga memiliki kemampuan untuk mengunggah konten video mereka sendiri ke platform ini, yang kemudian dapat dinikmati dan direspons oleh para pengguna lain melalui fitur seperti tombol like dan komentar.

YouTube bukan hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga menjadi wadah bagi berbagai jenis konten, mulai dari tutorial, ulasan produk, hingga diskusi keilmuan. Hal ini menjadikan Youtube sebagai salah satu platform yang sangat berpengaruh dalam memengaruhi budaya dan opini publik di era digital saat ini. Dengan adanya *YouTube*, individu dan organisasi memiliki akses yang lebih luas untuk menyebarkan informasi, menyampaikan pesan, dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu dan topik.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuannya adalah memberikan gambaran mengenai persepsi dari penonton terhadap tayangan konten Youtube Deddy Corbuzier. Menurut I Made Laut Mertha Jaya, (2020). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan tentang kehidupan masyarakat, ekonomi, dan aktivitas sosial. Penelitian yang menghasilkan beberapa pada temuan yang tidak dicapai dengan menggunakan prosedur statistic serta cara lain yang dari kuantifikasi (pengukuran). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi pada sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, meluas, serta mendalam.

Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian untuk menggambarkan tentang suatu hasil pada penelitian dengan sesuai pada namanya, jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan yaitu untuk memberikan deskripsi, validasi, dan juga penjelasan mengenai fenomena yang tengah diteliti. (Muhammad Ramdhan, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini memaparkan temuan-temuan yang dibahas dan dikaji berdasarkan data-data yang dikumpulkan mengenai sudut pandang dari persepsi penonton mengenai tayangan youtube Deddy Corbuzier dengan menggunakan konsep yang diambil melalui referensi dari Deddy Mulyana (2008) yang menyimpulkan melalui teori persepsi yang ada dalam bukunya bahwa proses terbentuknya persepsi terbagi menjadi menjadi 3 tahapan yaitu sensasi, atensi dan interpretasi.

a. Sensasi

Sensasi yang dimaksud pada tahapan ini merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan (Deddy Mulyana,

2008). Dalam proses sensasi pada tahap ini peneliti membuat pertanyaan yang berkaitan dengan proses penglihatan dari ketiga informan.

Peneliti mendapatkan bahwa ada dua informan yang mempunyai sensasi yang positif terhadap tampilan awal (*cover*)/*Thumbnail*, informan tersebut adalah Alif dan juga Fauzan sedangkan Candra menganggap bahwa *thumbnail* dari konten Deddy Corbuzier biasa saja. Sedangkan menurut Alif tampilan *thumbnail* atau *cover* dari konten *Youtube* Deddy Corbuzier yang dia lihat memancing rasa penasaran dengan tampilan yang menarik. Lalu ada Fauzan yang menyebutkan kalau *thumbnail* konten Deddy Corbuzier memang terlihat ramai pada teksnya, namun dia tidak men-*denial* bahwa teksnya juga bisa menjadi rekap baginya untuk mengetahui isi dari konten tersebut, selain itu foto yang ada di *thumbnail* menurutnya merupakan hal yang pertama kali dia lihat karena terdapat narasumber/bintang tamu yang sedang Deddy Corbuzier undang.

Selain itu ketiga informan memberikan pandangannya pada judul dari konten Deddy Corbuzier dari yang mereka lihat, dua informan Alif dan Fauzan merasa bahwa judul Deddy Corbuzier dapat berpengaruh terhadap minat menontonnya, Alif mengatakan bahwa judul bisa membuatnya penasaran untuk menonton, namun juga bisa membuatnya enggan jika judul tersebut terlalu vulgar, selain itu Fauzan berpendapat lebih positif bahwa meskipun judul tersebut terkesan *clickbait*, namun yang dia lihat bisa memberikan gambaran tentang konten yang mau dibahas, sedangkan satu informan lagi yaitu Candra menilai judul dari konten Deddy Corbuzier biasa saja dan tidak dilebih-lebihkan.

Lalu peneliti juga mendapatkan bahwa dua informan memberikan pandangan positif dari apa yang membuat tampilan dari konten-konten Deddy Corbuzier ini menjadi menarik jika dilihat, sekali lagi dua informan yaitu Alif dan Fauzan memberikan pandangannya pada tampilan yang ada di konten Deddy Corbuzier yaitu jika disimpulkan bahwa *set-up* dari tampilan yang ada di konten Deddy Corbuzier terlihat sangat rapih, niat, dan membuat kesan profesional.

Jadi peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa beberapa informan memiliki sensasi yang positif terhadap konten dari Deddy Corbuzier. Ini berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dalam proses sensasi yang berkaitan dengan penglihatan informan terhadap tampilan awal (*cover*)/*thumbnail*, judul, dan tampilan yang ada dalam konten Deddy Corbuzier. Hasilnya adalah *Thumbnail* dan judul konten Deddy Corbuzier dianggap menarik oleh Alif Mulya

Pratama dan Fauzan Wiratama, tetapi Candra Wijaya menganggapnya biasa. *Set-up* studio dan tampilan konten Deddy Corbuzier dinilai menarik oleh Alif Mulya Pratama dan Fauzan Wiratama.

b. Atensi

Atensi merupakan proses penafsiran suatu informasi yang telah sampai ke otak manusia. Dalam tahap ini seseorang akan mulai memperhatikan kejadian atau informasi dari luar. Adapun faktor internal dan faktor eksternal yang bisa mempengaruhi atensi menurut pemaparan dari Deddy Mulyana (Mulyana, 2008:197-199):

- Faktor internal yang mempengaruhi atensi :

Atensi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya); faktor fisiologis (tinggi, kurus, sakit, sehat, lelah, penglihatan atau pendengaran kurang sempurna dan sebagainya); dan faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan serta faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan, dan sebagainya. Semakin besar perbedaan aspek-aspek tersebut secara antar individu, maka semakin besar juga perbedaan persepsi mereka mengenai realitas.

- Faktor eksternal yang mempengaruhi atensi :

Atensi seorang individu pada suatu objek juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu atribu-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, intensitas, kontras, kebaruan dan perulangan objek yang dipersepsi

Pada tahap atensi berdasarkan faktor internal yang datang dari dalam diri informan, hanya satu informan bernama Fauzan, yang menyatakan bahwa ada faktor internal yang mempengaruhi atensinya, yaitu masuk kedalam faktor biologis, psikologis dan sosiologis, karena faktor yang mempengaruhi informan adalah kebutuhan dirinya sendiri untuk memvalidasi pendapatnya soal suatu fenomena di masyarakat.

Lalu ada faktor eksternal yang berasal dari luar individu. Pada faktor eksternal ini ketiga informan memiliki kesamaan bahwa faktor yang mempengaruhi atensi/perhatian mereka untuk lebih tertarik menonton konten *Youtube* Deddy Corbuzier adalah narasumber/bintang tamu yang dihadirkan oleh Deddy Corbuzier, selain itu Alif dan Fauzan mengatakan kalau judul juga merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi mereka ingin lebih mau menonton konten Deddy Corbuzier, dan satu lagi *Thumbnail* menurut Alif juga adalah faktor yang selalu

perhatiannya. Dapat peneliti ambil kesimpulan, bahwa terdapat faktor internal berupa faktor biologis, psikologis dan sosiologis. Dan dari faktor eksternal memiliki faktor yang mempengaruhi seperti judul, thumbnail, dan yang paling mempengaruhi atensi informan dari faktor eksternal adalah faktor narasumber atau bintang tamu yang dihadirkan oleh Deddy Corbuzier.

c. Interpretasi

Menurut Deddy Mulyana (2008) Interpretasi merupakan tahap terakhir dan yang paling penting dari proses persepsi. Dalam tahapan ini, kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek, akan tetapi kita dapat menginterpretasikan makna informasi yang dipercayai mewakili suatu objek. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan melalui mengenai objek sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Pada tahap interpretasi ini, peneliti mendapatkan pembahasan dari informan mengenai pertanyaan bagaimana menurut pandangan informan terhadap kontroversi yang pernah dilakukan Deddy Corbuzier pada tahun 2022, apakah berpengaruh terhadap konten-kontennya atau tidak.

Pada pertanyaan ini Alif mulya memberikan jawaban bahwa dia menyayangkan kontroversi yang pernah Deddy Corbuzier lakukan di 2022, khususnya terkait LGBT, menurutnya sangat disayangkan karena dianggap menyinggung isu sensitif. Alif juga mengatakan bahwa kontroversi tersebut berpengaruh pada persepsi penonton, termasuk dirinya sendiri, yang mulai menurunkan intensitas untuk menonton konten-konten dari Deddy Corbuzier. Meskipun begitu, Alif Mulya masih mencari hiburan dalam beberapa konten tertentu milik Deddy Corbuzier yang dianggap menarik.

Lalu ada Candra Wijaya yang memberikan jawaban sebagai informan kedua, Menurut Candra tidak semua konten yang ada di kanal Deddy Corbuzier mengandung kontroversi. Candra selalu mencoba untuk memahami isi konten dari Deddy Corbuzier, Candra hanya akan menonton jika menurutnya konten tersebut baik. Namun, jika menurutnya konten tersebut tidak menarik dan tidak baik, maka ia memilih untuk tidak menontonnya. Candra menegaskan bahwa dirinya sekarang harus lebih cerdas dalam menonton konten-konten Deddy Corbuzier dan dapat memilih konten-konten yang ingin ditontonnya dengan bijak.

Setelah itu ada Fauzan yang memberi jawaban bahwa sebanyak apapun kontroversi yang Deddy Corbuzier lakukan pada tahun 2022, hal itu tidak akan merubah pandangannya terhadap konten Deddy Corbuzier. Baginya, konten Deddy Corbuzier banyak yang bagus, dan kontroversi yang sudah terjadi sebagian besar dikarenakan oleh miskomunikasi.

Setelah menanyakan interpretasi dari kontroversi yang dilakukan Deddy Corbuzier, lalu peneliti menanyakan bagaimana pendapat tentang konten *Youtube* Deddy Corbuzier selama ini terutama pada periode 2022, menurut informan apa yang membuat Deddy Corbuzier ini tetap menarik dan bisa memiliki penonton sangat banyak walaupun Deddy Corbuzier beberapa kali melakukan kontroversi.

Peneliti mendapatkan simpulan dari hasil interpretasi mengenai konten *Youtube* deddy Corbuzier di tahun 2022, apa yang membuatnya tetap menarik. Menurut ketiga informan yang membuat konten dari Deddy Corbuzier tetap menarik adalah karena konten-kontennya sangat beragam dan bervariasi sehingga penontonya tetap tertarik, tema ataupun topik yang dibahas juga banyak yang menarik, selain itu konten Deddy Corbuzier juga memiliki persiapan set-up yang bagus mulai dari studio, audio, hingga videonya.

Secara keseluruhan pada tahap interpretasi ini adalah semua informan mengatakan bahwa keberagaman kontenlah yang membuat Deddy Corbuzier tetap menarik meskipun beberapa kontroversi pernah dilakukannya di 2022, interpretasi mereka dipengaruhi oleh kualitas kontennya dan bukan dipengaruhi oleh kontroversi yang pernah dilakukan Deddy Corbuzier.

Pada pembahasan mengenai persepsi penonton terhadap tayangan konten *Youtube* Deddy Corbuzier periode 2022 ini, peneliti mendapatkan hasil keseluruhan bahwa Sensasi sebagian informan memiliki sensasi yang positif terutama pada tampilan awal dari konten Deddy Corbuzier dan juga *set-up* studio di konten Deddy Corbuzier.

Lalu pada hasil keseluruhan atensi, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang sama-sama bisa mempengaruhi atensi informan terhadap tayangan konten *Youtube* Deddy Corbuzier.

Dan hasil interpretasi informan terhadap kontroversi dan tayangan konten *Youtube* Deddy di 2022, peneliti menyimpulkan bahwa interpretasi informan terhadap tayangan Deddy Corbuzier menurut mereka memiliki konten-konten yang beragam dan variatif, selain itu memiliki kualitas yang baik pada produksi kontennya, mulai dari isi hingga *set-up* studionya,

sehingga walaupun Deddy Corbuzier melakukan beberapa kontroversi, membuat kontennya tetap ramai dan menarik.

Dari hasil tersebut peneliti mendapat beberapa kesamaan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Unisri Pada Tayangan Infotainment Silet RCTI” yang mana pada penelitian ini diperoleh hasil yang sama yaitu bahwa informan mempunyai sensasi yang positif pada tayangan Silet RCTI, dan terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat menonton pada tayangan Silet RCTI, dan juga interpretasi yang baik terhadap informasi yang ditayangkan Silet RCTI.

Sedangkan peneliti, dalam sensasi juga memperoleh sebagian besar informan mempunyai sensasi yang positif terhadap tayangan konten *Youtube* Deddy Corbuzier, dan mendapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi atensi penonton, selain itu dalam interpretasi hasil peneliti juga mendapatkan hasil yang baik karena penonton menilai keberagaman konten Deddy Corbuzier dan kesiapan produksi dinilai baik. Rekomendasi yang bisa dilakukan oleh peneliti selanjutnya yaitu membandingkan dengan beberapa metode lain, misalnya dengan menggunakan analisis konten terhadap tayangan konten Deddy Corbuzier dan membandingkan dengan hasil dari persepsi penonton terhadap tayangan konten Deddy Corbuzier ini dalam memenuhi kebutuhan informasi terhadap tayangan konten *Youtube*, selain itu penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan beberapa metode lainnya yang belum ada di dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Peneliti mendapatkan beberapa poin penting berdasarkan Bab IV bahwa penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Sensasi sebagian informan memiliki sensasi yang positif terutama pada tampilan awal dari konten Deddy Corbuzier dan juga *set-up* studio di konten Deddy Corbuzier.
2. terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang sama-sama bisa mempengaruhi atensi informan terhadap tayangan konten *Youtube* Deddy Corbuzier..
3. Interpretasi informan terhadap tayangan Deddy Corbuzier menurut mereka memiliki konten-konten yang beragam dan variatif, selain itu memiliki kualitas yang baik pada produksi kontennya, mulai dari isi hingga *set-up* studionya, sehingga walaupun Deddy Corbuzier melakukan beberapa kontroversi, membuat kontennya tetap ramai dan menarik.

Demikian bahwa dapat peneliti simpulkan bahwa persepsi penonton terhadap tayangan konten Deddy Corbuzier pada periode 2022 secara keseluruhan adalah positif, karena menilai konten Deddy Corbuzier memiliki keberagaman konten yang variatif dan kualitas produksi konten yang baik serta memberikan atensi dari faktor eksternal seperti narasumber, thumbnail, dan judul yang membuat lebih tertarik terhadap minat menonton. Sedangkan kontroversi yang terjadi di tahun 2022 tidak terlalu berpengaruh terhadap persepsi dan minat menonton kontennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. R. I. (2017). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Gedung Seni Pertunjukan di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., & Hilgard, E.R. (1991). *Pengantar Psikologi, Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga.
- Badudu, Y. A. (2003). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- David, Sondakh, dan Harilama. (2017). *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. Acta Diurna, 4, 1.
- Goodrace, P., & Foller, J. (1987). *Communication across cultures*. (p. 30). Wenworth, NSW: Social Science Press.
- Haryono, C.G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Herminingsih, H., Nurdin, N., & Saguni, F. (2022). *Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif, Afektif Dan Psikomotor Siswa*. Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmudi Era Society 5.0(KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 1, 79-84.
- Puspita, D., Nurati, D. E., Hindra, N. (2020). *Persepsi mahasiswa prodi ilmu komunikasi Unisri pada tayangan infotainment silet RCTI*. Skripsi. Surakarta: Universitas Slamet Riyadi.
- John, R. W., & William, W.W. (1973). *The Personal Communication process* (p. 113). New York: John Wiley & Sons.
- Kidd, W. (2012). *Utilising podcasts for learning and teaching: A review and ways forward for e-Learning cultures*. *Management in Education*, 26(2), 52–57. <https://doi.org/10.1177/0892020612438031>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ke 2. Jakarta: Balai Pustaka, 1991.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age* (p. 338). Cambridge: IGI Global.
- Metra Jaya, I Made Laut. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Lesmana, M. R. P. (2021). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Konflik dan Suspense dalam Serial Film Money Heist - La Casa de Papel*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2006). *Metodologi Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Patilima, H. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Patton, M. (2002). *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Newburry Park: Sage Publication.
- Ramdhan, Muhammad. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Santoso, D. J. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemimpin Islam Dalam Pilkada DKI Jakarta Periode 2017-2022*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Salim, A. (2006). *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.