

Pengaruh Konten Materi Dakwah Terhadap Tingkat Ketertarikan Viewers Pada Podcast Log In Channel YouTube Deddy Corbuzier

Annisa Nur Rokhimah dan Arif Effendi
Institut Islam Mamba'ul 'Ulum Surakarta
Email: Rokhiim429@gmail.com dan arifeffendy34@yahoo.com

Abstract

This research wish to know the content of Dakwah material on the Podcast Log In to Deddy Corbuzier's YouTube channel ; the level of interest of viewers in Podcast Log In to Deddy Corbuzier's YouTube channel ; the influence of Dakwah material content on the level of interest of viewers in Podcast Log In to Deddy Corbuzier's YouTube Channel. This research is a type of correlational quantitative research that correlates two variables. The subject of this research is the Interest of Viewers in the Log In Podcast on Deddy Corbuzier's YouTube Channel. Specifically, the viewers of the Log In podcast on Deddy Corbuzier's YouTube channel, with the entire population of viewers of the Log In podcast on Deddy Corbuzier's YouTube channel, with 80 respondents as the sample. The data analysis technique to test the hypothesis in this study is to use the Product Moment correlation analysis technique. The results showed that the content of Dakwah material on the Podcast Log In to Deddy Corbuzier's YouTube channel was in sufficient category; how the level of interest of viewers in Podcast Log In to Deddy Corbuzier's YouTube was in sufficient category; the results of correlation are $r_{xy} = 0,603$ or the category was into the strong correlation category.

Keywords: *Dakwah Material Content, Viewers Interest, YouTube*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten materi Dakwah pada Podcast Log In di saluran YouTube Deddy Corbuzier; tingkat minat *viewers* pada Podcast Log In di saluran YouTube Deddy Corbuzier; pengaruh konten materi Dakwah terhadap tingkat minat *viewers* pada Podcast Log In di saluran YouTube Deddy Corbuzier. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif korelasional yang mengkorelasikan dua variabel. Subjek dalam penelitian ini adalah Minat *Viewers* pada Podcast Log In di Saluran YouTube Deddy Corbuzier. Yaitu *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier, dengan populasi seluruh *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier, dengan 80 responden sebagai sampel. Teknik analisis data untuk menguji hipotesis dalam studi ini adalah menggunakan teknik analisis korelasi Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten materi Dakwah pada Podcast Log In di saluran YouTube Deddy Corbuzier berada dalam kategori cukup. Dan tingkat minat *viewers* pada Podcast Log In di YouTube Deddy Corbuzier berada dalam

kategori cukup. Hasil korelasi adalah $r_{xy} = 0,603$ atau kategorinya adalah korelasi kuat.

Kata Kunci: Konten Materi Dakwah, Minat Viewers, YouTube

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah pola kehidupan masyarakat secara signifikan, terutama dalam hal interaksi sosial yang dipengaruhi oleh jenis teknologi yang digunakan. Media sangat memengaruhi perilaku dan tindakan masyarakat, terutama dengan munculnya jenis media baru seperti media sosial. Media baru adalah jenis teknologi komunikasi yang terhubung secara digital yang dicirikan oleh akses yang luas dan interaktivitas antara pengirim dan penerima pesan. Internet, sebagai komponen penting dari media baru, mendukung industri media digital dan memungkinkan penyampaian pesan secara cepat dan menyeluruh.¹

Internet yang mempercepat arus informasi mendukung era Society 4.0, yaitu era di mana metode kerja menjadi lebih terotomatisasi. Untuk dapat mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju, semua lapisan masyarakat harus dapat bersahabat dengan teknologi. Dengan jumlah pengguna internet yang meningkat, Indonesia telah memasuki era ekonomi digital dan industri 4.0. Berdasarkan hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2024 dari sekitar 278 juta jiwa, sekitar 221 juta jiwa penduduk Indonesia menggunakan internet dalam aktivitas sehari-hari.²

Dalam era ini semua aspek kehidupan manusia dapat memanfaatkan teknologi melalui internet, begitu juga kegiatan komunikasi. Perubahan pola komunikasi juga terjadi seiring dengan adopsi media baru, khususnya media sosial yang terkait dengan internet.³ Dengan munculnya kemampuan streaming melalui internet, media tradisional seperti televisi, radio, dan koran juga mengalami transformasi. Radio dan televisi mulai streaming secara online, koran dan majalah juga memiliki website dan versi e-book. Dibandingkan dengan media tradisional

¹ D.Ruben, Brent And Lea P Steward. *Communication And Human Behavior*. Usa: Allyn And Bacon. 1998.

² Iradat, D. (2024, Januari Rabu 31). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213-1056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213-1056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang)

³ McQuail, D. "Teori Komunikasi Massa McQuail". Salemba Humanika. Jakarta. 2011.

yang pasif dan satu arah, media baru semakin diminati karena memungkinkan audiens untuk memilih informasi yang mereka butuhkan dan memungkinkan interaksi dua arah.

Karena pada penerapannya tetap satu arah, seperti tv digital, streaming radio, e-magazines dan e-newspaper, maka pelaku komunikasi merubah platform siarannya kepada platform yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, seperti media sosial. Banyak bukti di mana kegiatan radio, televisi dan lainnya diarahkan untuk menggunakan media sosial. Contohnya, program-program yang disiarkan di televisi juga sekaligus disiarkan melalui media sosial seperti Youtube dan Instagram, sampai saat ini di TikTok. Informasi berita pada stasiun televisi bahkan sekaligus ditayangkan secara bersamaan pada televisi dan sosial media secara online. Hal ini dilakukan untuk mencapai masyarakat lebih luas dalam menyebarkan informasi dan bukan hanya itu saja, hal ini juga dilakukan dalam menarik ketertarikan minat masyarakat terhadap program tertentu.

Salah satu media sosial yang menarik masyarakat dapat dilihat melalui video sekaligus didengar dengan jangkauan yang sangat luas dan dengan waktu yang fleksibel yaitu YouTube. YouTube adalah salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di dunia. YouTube menawarkan berbagai jenis video, mulai dari video klip hingga film, serta video yang dibuat oleh penggunanya sendiri.⁴

Realitanya bahwa YouTube memberikan tontonan audio visual yang memungkinkan penyebaran berita dan informasi kepada khalayak luas menunjukkan bahwa YouTube telah menghasilkan sejumlah berita besar yang menjadi perhatian publik dan menjadi topik pembicaraan publik saat ini. Selain itu, karena YouTube juga merupakan komunitas berbagi video, penggunanya memiliki

⁴ Rohman, Julian Nur, and Jazimatul Husna. "Situs Youtube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 6.1 (2017): 171-180.

kemampuan untuk meng-upload dan melihat berbagai jenis video klip melalui browser web apa pun.⁵

Munculnya produk podcast adalah hasil dari fenomena ini. Program podcast adalah jenis program audio visual yang populer saat ini. Podcast merupakan jenis media baru yang sangat diminati khalayak untuk penyiaran berbasis audio. Podcast adalah singkatan dari kata "*iPod*" dan "*brodcasting*", yang disingkat menjadi podcast, yang pertama kali hanya dapat diakses melalui perangkat Apple iPod, yang merupakan platform pertama yang memungkinkan podcast didistribusikan.⁶

Podcast adalah konten audio yang disiarkan melalui internet. Meskipun pada awalnya kurang populer di Indonesia, mereka baru-baru ini mulai menjadi populer, terutama di media sosial. Menurut Fadilah dkk, istilah "podcasting" pertama kali muncul dalam artikel yang ditulis oleh Ben Hammersley. Namun, popularitas istilah tersebut akhirnya menurun hingga beberapa orang mulai menggunakannya kembali.⁷

Podcast dimanfaatkan untuk berdakwah seiring berkembangnya media sosial seperti YouTube yang dapat digunakan untuk berdakwah. Podcast juga digunakan untuk menjalin hubungan yang erat dengan khalayak. Materi dakwah yang dikemas secara menarik akan memberikan nuansa baru bagi mad'u. Kemasan tersebut dapat berupa talkshow atau dialog, monolog, feature, review, dan drama atau sandiwara.

Dakwah dapat dilakukan di YouTube dengan kelebihan yang ada, banyak dai yang memilih YouTube sebagai sarana media dakwahnya. Berbagai macam channel YouTube dakwah tersebar di internet. Berbeda dari kebanyakan channel

⁵ Miller, K. "Organizational Communication: Approaches and Processes", 6th edition, Belmont, CA, Wadsworth Publishing Company. 2009,

⁶ Philip Kotler. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta. 2002.

⁷ Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. "Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio". *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1) (2017): 90–104.

YouTube lainnya, channel YouTube Deddy Corbuzier memiliki berbagai macam program acara.

Log In merupakan program acara yang dimiliki oleh Deddy Corbuzier yang menarik dan populer dikalangan masyarakat. Dalam program ini, Deddy Corbuzier memilih dua orang pembawa acara yaitu Habib Husein Bin Ja'far Al Hadar dan Onadio Leonardo. Habib Ja'far merupakan seorang pendakwah dan penulis, sedangkan Onad adalah aktor dan juga presenter yang cukup terkenal di Indonesia.

Salah satu *public figure* yang turut menjadi YouTuber yaitu Deddy Corbuzier yang memiliki 23,1M pengikut pada saat penelitian ini dilakukan. Konten yang dibuat oleh Deddy Corbuzier melalui channel YouTube nya telah menarik perhatian publik, mulai dari program siaran Close The Door podcast hingga Podcast Log In. Selain itu, Deddy Corbuzier yang posisinya baru-baru ini menjadi mualaf, dengan berani mempelajari pemahaman agama Islam, dan Onad pada dasarnya bukan beragama Islam tetapi, ingin mengulik tentang agama islam.

Deddy Corbuzier memasukkan Log In ke dalam program podcastnya yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan Islam. Dan dengan narasumber dari berbagai kalangan ternama. Selain itu, acara LogIn ini disajikan dalam bentuk dialog santai antara Habib Ja'far dan Onad yang seorang non-muslim, berhasil menarik perhatian banyak orang dari berbagai agama. Ini harus menjadi referensi untuk dakwah digital bagi para dai yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan ajaran agama Islam.

Konten dakwah dapat mencakup pesan apapun yang disampaikan oleh seorang da'i atau mubaligh dalam upaya menyebarkan ajaran agama Islam. Konten dakwah dapat berupa khotbah, ceramah, tulisan, video, atau media lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan.⁸ Pembuat konten harus tetap berpegang

⁸ Kurniawan, F. "Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Perilaku Masyarakat dalam Memilih Produk Halal". Jurnal Penelitian Humaniora, 20(2) (2019): 145-158.

pada prinsip-prinsip ajaran agama yang ingin disampaikan sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan bermanfaat bagi audiens.⁹

Dakwah digital dalam acara Log In ini membawa pesan ajaran agama Islam yang “*rahmatan lil alamin*”, yaitu rahmat bagi seluruh alam semesta termasuk golongan non muslim dan menjunjung tinggi sikap toleransi antar umat beragama. Di samping itu, Habib Ja'far juga mengatakan bahwasanya Islam adalah agama cinta kasih, baik dengan manusia maupun makhluk hidup yang lainnya.

Kesenjangan penelitian terkait konten dakwah di YouTube masih signifikan, khususnya dalam memahami efektivitas format dan narasi dakwah dalam menarik minat audiens. Sebagian besar studi dakwah digital cenderung berfokus pada media sosial secara umum tanpa membedakan dampak unik dari karakteristik setiap platform, seperti YouTube, terhadap audiens. Kajian terkait peran figur publik, seperti Deddy Corbuzier, dan bagaimana kepribadian serta gaya penyampaian mereka memengaruhi ketertarikan penonton masih minim, begitu pula analisis terhadap faktor psikologis dan sosial yang membentuk keterikatan emosional viewers terhadap konten dakwah.

Dari observasi awal yang peneliti lakukan pada beberapa viewers podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier diperoleh fakta bahwa viewers memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap konten dari podcast tersebut. Tingginya tingkat ketertarikan viewers podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier pada responden disebabkan oleh sejumlah faktor diantaranya Kualitas Konten, Kualitas Produksi, Keterlibatan Audiens dan Konten Materi Dakwah.

Konten Materi Dakwah dianggap sebagai faktor penyebab utama terhadap tingginya tingkat ketertarikan viewers pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier. Selanjutnya akan dilakukan penelitian tentang “Pengaruh

⁹ Hasanah, R., & Dwi Astuti, E. “Strategi Membangun Konten Dakwah yang Menarik pada Era Digital. *Al-Fikrah*”. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 10(2) (2019): 167-182.

Konten Materi Dakwah Terhadap Tingkat Ketertarikan *Viewers* Pada Podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier”.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian Kuantitatif Korelasional yang menghubungkan dua variabel. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten materi dakwah terhadap tingkat ketertarikan *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier. Tempat dan waktu Penelitian ini dilaksanakan Pada Podcast Log In Channel YouTube Deddy Corbuzier, season 1 dan 2 pada tahun 2024. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah *viewers* Pada Podcast Log In Channel YouTube Deddy Corbuzier, tahun 2024. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh *viewers* Pada Podcast Log In Channel YouTube Deddy Corbuzier, season 1 dan 2 pada tahun 2024. Adapun sampel dalam penelitian ini sebesar 80 responden.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Konten Materi Dakwah, dan akan diukur melalui: Kejelasan pesan dakwah yang disampaikan, Relevansi materi dakwah yang disampaikan, Kredibilitas dari penyampai dakwah, Kesesuaian materi dakwah dengan Al-Quran dan Sunnah, Sedang variabel terikat dalam penelitian ini adalah Tingkat Ketertarikan *Viewers* dan akan diukur melalui: Perasaan Senang dari *Viewers*, Ketertarikan dari *Viewers*, Penerimaan dari *Viewers*, dan Keterlibatan dari *Viewers*.

Teknik analisis data untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis korelasi Product Moment dengan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten materi dakwah terhadap tingkat ketertarikan *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier. Hasil uji validitas yang dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment* terhadap variabel X (konten materi dakwah) dan variabel Y (tingkat ketertarikan *viewers*) dan didapatkan hasil bahwa R_{hitung} lebih besar

dari R_{tabel} . Maka, dapat membuktikan bahwa item pertanyaan yang disebarkan kepada responden valid.

Pada hasil uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

No.	R_{hitung}	R_{tabel}	Status
1.	0,648	0,220	Valid
2.	0,582	0,220	Valid
3.	0,558	0,220	Valid
4.	0,557	0,220	Valid
5.	0,608	0,220	Valid
6.	0,649	0,220	Valid
7.	0,592	0,220	Valid
8.	0,647	0,220	Valid

Selanjutnya Uji validitas untuk kuesioner (variabel Y) Tingkat ketertarikan viewers dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	R_{hitung}	R_{tabel}	Status
1.	0,538	0,220	Valid
2.	0,430	0,220	Valid
3.	0,363	0,220	Valid
4.	0,471	0,220	Valid
5.	0,596	0,220	Valid
6.	0,420	0,220	Valid
7.	0,498	0,220	Valid

8.	0,561	0,220	Valid
----	-------	-------	-------

Untuk uji reabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS. Hasil uji reabilitas pada kuesioner variabel X (konten materi dakwah) yaitu 0,765 berarti berada pada kategori kuat dan variabel Y (tingkat ketertarikan *viewers*) yaitu 0,838 berarti berada pada kategori sangat kuat.

Tabel 3. Kriteria Reliabilitas

Besar Reliabilitas	Kriteria
0,800-1,00	Sangat Kuat
0,600-0,800	Kuat
0,400-0,600	Sedang
0,200-0,400	Rendah
0,00-0,200	Sangat Rendah

Dalam podcast *Close The Door* edisi program *Log In*, yang berisi tentang perbincangan dari Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan onad (Onadio Leonardo) sebagai pembawa acara pada program tersebut. Pada program *Log In* ini dibentuk dengan dialog santai yang menjadikan obrolan semakin hangat dan mudah dipahami oleh *viewers*. Dalam konsep podcast nya berisi obrolan santai untuk membahas dan mengenal tentang agama-agama sesuai dengan narasumber yang dihadirkan dari berbagai latar belakang yang berbeda.

Tayangan podcast *Log In* sudah tayang selama 2 season di bulan Ramadhan. Podcast *Log In* ini hadir pada bulan Ramadhan saja, dengan hadirnya konten podcast tersebut memiliki tujuan untuk menemani umat muslim dalam menunggu buka puasa serta dalam memenuhi keceriaan dalam menyambut bulan Ramadhan. Bukan hanya hadir untuk umat muslim saja, akan tetapi podcast *Log In* hadir agar umat non muslim juga dapat merasakan kehangatan dan keceriaan bulan Ramadhan. Dan umat non muslim bisa belajar tentang agama islam

sedangkan umat muslim bisa belajar bagaimana keimanan dan keislamannya dapat semakin meningkat.

Pada tiap seasonnya podcast Log In ini terdiri dari 30 episode, yang menghadirkan beberapa narasumber tidak kalah menarik. Podcast Log In ini menjadi sarana sebagai tontonan atau ruang toleransi beragama untuk mengenal satu sama lain ditengah perbedaan agama yang ada. Bagaimana cara kita memandang orang lain yang tidak satu pendapat sama kita dalam hal keyakinan dan kepercayaan sehingga kita bisa mengambil hal-hal atau Pelajaran yang bersifat positif, dengan begitu kita bisa belajar dan perproses akan pentingnya toleransi dalam menjalankan kebebasan beragama.

Dalam Penelitian ini melibatkan 80 responden. Dengan 43 responden berjenis kelamin perempuan dan 37 responden berjenis kelamin laki-laki. Dari data mentah pada Variabel X (konten materi dakwah), setelah dihitung rata-ratanya menghasilkan

$$M_x = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

M_x = Rata-rata skor

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor

N = Jumlah sampel

diperoleh means/rerata sebagai berikut :

$$M_x = \frac{2728}{80}$$

= 34,10 (dibulatkan 34)

Langkah selanjutnya adalah mencari lebar interval untuk membuat kategori menjadi tiga interval, yaitu Baik, Cukup, dan Kurang, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R(\text{jarak pengukuran})+1}{\text{jumlah interval}}$$

I = interval

R= nilai tertinggi-nilai terendah

$$\text{Kelas interval} = \frac{40-(25+1)}{3} = 5,33 \text{ (dibulatkan 6)}$$

Kemudian ditetapkan kategori sebagai berikut :

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kontem Materi Dakwah

No	Kelas Interval	Kategori	Frekuensi
1	37-42	Baik	27
2	31-36	Cukup	39
3	25-30	Kurang	14
Jumlah			80

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa Konten Materi Dakwah pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier dengan nilai rerata 34,10 berada pada kategori **Cukup**.

Dari data mentah pada Variabel Y (Tingkat Ketertarikan Viewers) , setelah dihitung reratanya menghasilkan

$$My = \frac{\Sigma y}{n}$$

Keterangan :

My = Rata-rata skor

Σy = Jumlah seluruh skor

N = Jumlah sampel

diperoleh means/rerata sebagai berikut :

$$My = \frac{2646}{80} \\ = 33,07$$

Langkah selanjutnya adalah mencari lebar interval untuk membuat kategori menjadi tiga interval, yaitu Baik, Cukup, dan Kurang, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R (\text{jarak pengukuran}) + 1}{\text{jumlah interval}}$$

I = interval

R= nilai tertinggi-nilai terendah

$$\text{Kelas interval} = \frac{40 - (12 + 1)}{3} = 9,67 \text{ (dibulatkan 10)}$$

Kemudian ditetapkan kategori sebagai berikut :

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Tingkat Ketertarikan *Viewers*

No	Kelas Interval	Kategori	Frekuensi
1	32-41	Baik	25
2	22-31	Cukup	41
3	12-21	Kurang	14
Jumlah			80

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa Tingkat Ketertarikan *Viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier dengan nilai rerata 33,07 berada pada kategori **Baik**.

Setelah mendapatkan data penelitian seperti tersebut di atas, selanjutnya dilakukan penghitungan nilai korelasi antara Variabel X (Konten Materi Dakwah) dengan Variabel Y (Tingkat Ketertarikan *Viewers*), menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Angka indeks korelasi “r” *product moment*

n = number of cases

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara skor x dan y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor x

$\sum y$ = Jumlah seluruh skor y

Sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{80 \times 90934 - (2728)(2646)}{\sqrt{(80 \times 93996 - (2728)^2) (80 \times 88924 - (2646)^2)}} \\
 &= \frac{7274720 - 7218288}{\sqrt{(7519680 - 7441984) (7113920 - 7001316)}} \\
 &= \frac{56432}{\sqrt{(77696) (112604)}} \\
 &= \frac{56432}{\sqrt{(8748880384)}} \\
 &= \frac{56432}{93535449} = 0,603
 \end{aligned}$$

Tabel 6. Pedoman Derajat Hubungan *Pearson Correlation*

<i>Nilai Pearson Correlation 0,00-0,20</i>	Tidak ada korelasi
<i>Nilai Pearson Correlation 0,20-0,40</i>	Korelasi lemah
<i>Nilai Pearson Correlation 0,40-0,60</i>	Korelasi sedang
<i>Nilai Pearson Correlation 0,60-0,80</i>	Korelasi kuat
<i>Nilai Pearson Correlation 0,80-1.00</i>	Korelasi sempurna

Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa $r_{xy} = 0,603$ berada pada kategori **Korelasi Kuat**. Langkah selanjutnya dikonsultasikan dengan r tabel pada derajat signifikansi 0,95 %. Setelah dibandingkan antara r hasil dengan r tabel, ternyata r hasil lebih besar dari r tabel, sehingga hipotesis diterima yang mengatakan “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Konten Materi Dakwah

dengan Tingkat Ketertarikan Viewers Pada Podcast Log In Channel Youtube Deddy Corbuzier” dapat diterima kebenarannya.

Selanjutnya untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel Konten Materi Dakwah terhadap Tingkat Ketertarikan Viewers, dapat dihitung menggunakan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KP &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,603)^2 \times 100\% \\ &= 36,36\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh variabel konten materi dakwah terhadap tingkat ketertarikan *viewers*, sebesar 36,36% dan sisanya ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh konten materi dakwah terhadap tingkat ketertarikan *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa konten materi dakwah pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier berada pada kategori **Cukup**.
2. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa tingkat ketertarikan *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier berada pada kategori **Baik**.

Dari perhitungan korelasi dengan menggunakan rumus korelasi product moment, diperoleh hasil $r = 0,603$ (kategori kuat). Setelah dikonsultasikan dengan r tabel pada taraf signifikan dengan $N = 5\%$, diperoleh hasil r tabel $= 0,220$. Setelah dibandingkan dengan r hasil $> r$ tabel, sehingga hipotesis diterima yang mengatakan “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara konten materi dakwah dengan Tingkat ketertarikan *viewers* pada podcast Log In channel YouTube Deddy Corbuzier” dapat diterima kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- D.Ruben, Brent And Lea P Steward. *Communication And Human Behavior*. Usa: Allyn And Bacon. 1998.
- Fadilah, E., Yudhaprimesti, P., & Aristi, N. "Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio". *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1) (2017): 90–104.
- Hasanah, R., & Dwi Astuti, E. "Strategi Membangun Konten Dakwah yang Menarik pada Era Digital. Al-Fikrah". *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 10(2) (2019): 167-182.
- Iradat, D. (2024, Januari Rabu 31). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213-1056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Kurniawan, F. "Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Perilaku Masyarakat dalam Memilih Produk Halal". *Jurnal Penelitian Humaniora*, 20(2) (2019): 145-158.
- McQuail, D. "Teori Komunikasi Massa McQuail". *Salemba Humanika*. Jakarta. 2011.
- Miller, K. "Organizational Communication: Approaches and Processes", 6th edition, Belmont, CA, Wadsworth Publishing Company. 2009,
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta. 2002.
- Rohman, Julian Nur, and Jazimatul Husna. "Situs Youtube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 6, no. 1 (2017): 171-180.