

PENGARUH *CLICKBAIT* *PODCAST* DEDDY CORBUZIER TERHADAP MINAT MENONTON

(Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMJ Angkatan 2017)

Azhaari Fairuz Wikatri, Amin Shabana

Universitas Muhammadiyah Jakarta
azhaarifairuz@gmail.com

Abstrak : Adanya perkembangan teknologi membuat masyarakat banyak beralih profesi sebagai *content creator*. Salah satu *content creator* yang memanfaatkan platform youtube dan banyak ditonton adalah Deddy Corbuzier. Salah satu konten ber *clickbait* berjudul “Bukan *Clickbait*!! Tersebar Buku Pembunuhan Ini!! Tonton Sebarkan!!”. Tujuan penelitian ini mengetahui seberapa besar pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier khususnya terhadap minat menonton mahasiswa prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2017. Teori yang digunakan peneliti adalah *clickbait* dengan delapan elemen antarlain: *Exaggeration, Inflammatory, Formatting, Teasing, Graphic, Bait-and-Switch, Ambiguous, Wrong*, serta tiga elemen dalam minat menonton yaitu: Kognitif, Afektif, Konatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei yang bersifat deskriptif, yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui whatsapp grup dan chat. Metode pengambilan kuisioner yang dilakukan ialah *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier, secara keseluruhan responden merespon baik (setuju), dan pengaruh *clickbait* terhadap minat menonton secara keseluruhan responden merespon 78,4% baik (setuju) dari semua pernyataan variabel (Y) dalam seluruh kuisioner penelitian. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa besarnya pengaruh *clickbait podcast* Deddy Corbuzier memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,784 terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, dengan persentase *clickbait* memiliki pengaruh terhadap minat menonton sebesar 61,4% sementara sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *Penyiaran, Podcast, Clickbait, Minat Menonton*

Abstract : *The development of technology has made many people switch professions as content creators. One of the content creators who utilizes the youtube platform and is widely watched is Deddy Corbuzier. One of the clickbait content is entitled “Not Clickbait!! Spread This Murder Book!! Watch Share!!” The purpose of this study was to find out how much influence Deddy Corbuzier's clickbait podcast had in particular on the interest in watching communication studies students at the University of Muhammadiyah Jakarta Batch 2017. The theory used by the researcher was clickbait with eight elements, including: Exaggeration, Inflammatory, Formatting, Teasing, Graphic, Bait-and- Switch, Ambiguous, Wrong, and three elements of interest in watching, namely: Cognitive, Affective, and Conative. This research is a quantitative research. The research method used is a descriptive survey method, which is carried out by distributing questionnaires through whatsapp groups and chat. The method of taking the questionnaire is simple random sampling. The results of this study indicate that the effect of clickbait podcast Deddy Corbuzier, overall respondents responded well (agree), and the effect of clickbait on interest in watching overall respondents responded 78.4% well (agree) of all variable statements (Y) in all research questionnaires. . The results of the study stated that the magnitude of the influence of Deddy Corbuzier's clickbait podcast had a positive and strong relationship of 0.784 on interest in watching students at the University of Muhammadiyah Jakarta in the Communication Studies Study Program, Class of 2017, with the percentage of clickbait having an influence on viewing interest of 61.4% while the remaining 38.6%. influenced by other factors.*

Keywords: *Broadcasting, Podcasts, Clickbait, Interests Watch*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, baik media maupun individu dituntut untuk berpikir kreatif agar dapat berkembang pesat atau paling tidak bertahan hidup. Dengan adanya digital, kini masyarakat banyak yang berprofesi sebagai konten kreator. Adapun konten kreator adalah seseorang yang diartikan sebagai pembuat konten, biasanya di unggah. Menurut State Of DigitalPublishing (*stateofdigitalpublishing.com*) Pembuat konten bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menyediakan informasi serta materi, untuk seluruh platform atau saluran apa saja. Mereka biasa membuat target pengguna ataupun penonton tertentu dalam konteks masing – masing ke aplikasi-aplikasi digital seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan lain-lain. Salah satu strategi yang dilakukan secara intensif para konten kreator media sosial untuk kepentingan media sosial tersebut adalah dengan membuat judul yang mencolok. Judul utama atau headline ini kemudian lebih dikenal sebagai *Clickbait* (umpan klik). *Clickbait* adalah judul unik dan menarik yang mampu membuat pengakses media tersebut untuk mengklik konten atau tautan yang ada di media sosial ke situs utama mereka.

Berdasarkan data statistik di website <https://databoks.katadata.co.id/>, Youtube menjadi platform yang intensitasnya paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun, pada satu bulan terakhir tahun 2020. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Berdasarkan postingan brilio.net (pada tanggal 23 September 2020), dengan judul “4 Podcast Ini Ramai Dikunjungi Di Youtube Indonesia” sehingga diketahui channel podcast Deddy Corbuzier menempati urutan pertama. Podcast atau siniar kepunyaan Deddy Corbuzier terkenal sebagai wadah orang-orang untuk klarifikasi dari narasumber yang punya permasalahan. Pada umumnya, mereka adalah figur yang sedang berada ditengah-tengah masyarakat, yang cukup menjadi sorotan oleh netizen (warga online), atau yang memang betul-betul ingin mengklarifikasi atau bahasa bagusnya, “Tabayyun” dengan tuduhan-tuduhan yang mungkin tidak benar, yang mengakibatkan nama baik mereka tercoreng.

Adanya penerimaan dari penonton yang cukup tinggi, membuat Podcast Deddy Corbuzier berkomitmen menghasilkan suatu konten yang berkualitas dengan menerapkan berbagai macam narasumber yang sesuai kebutuhan penontonnya. Dan strategi yang penting dengan cara menyajikan informasi terbaru, terkini, terupdate dan sedang hangathangatnya dibicarakan banyak orang. Dalam podcastnya, Deddy Corbuzier kerap membuka opini yang berbeda dari banyak sudut pandang sehingga tidak membuat salah satu pihak merasa dirugikan, akan tetapi jika penyuguhan konten tersebut salah atau kurang baik, dapat berbanding terbalik yang nantinya memberikan dampak buruk dengan menurunnya minat menonton.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam sebagai rumusan masalah adalah adakah pengaruh *Clickbait* podcast Youtube Deddy Corbuzier terhadap minat menonton. Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengukur *Clickbait Podcast* Deddy Corbuzier Terhadap Minat menonton, dan besar pengaruhnya. Penelitian mengenai *clickbait* sudah pernah dilakukan, namun khusus di Indonesia belum banyak penelitian yang memfokuskan pada pengaruh *clickbait* di media sosial Youtube.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei yang bersifat deskriptif, yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui whatsapp grup dan chat. Metode pengambilan kuisioner yang dilakukan ialah *simple random sampling*. Dengan menggunakan metode survei, sampel diambil dari populasi menggunakan kuisioner untuk memperoleh data. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang di pelajari adalah data

dari sampel yang di ambil dari populasi tersebut, sehingga di temukan kejadian – kejadian relatif, distribusi, dan hubungan – hubungan antara variabel 36 sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2014: 7). Metode survei mengasumsikan bahwa pernyataan dari beberapa responden dalam sampel dianggap sebagai jawaban dari populasi. Data yang didapat bertujuan untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2014: 59).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas pengaruh dua variabel yaitu pengaruh antara clickbait dengan minat menonton. Penelitian dilakukan kepada 72 responden yang merupakan mahasiswa dan mahaiswi Ilmu Komunikasi UMJ Angkatan 2017. Dapat diketahui bahwa dari seluruh responden sebanyak 72 dan persentase 51% mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, dan 49% minoritas berjenis kelamin perempuan (tabel 13). Identitas reponden lainnya melalui pertanyaan kualifikasi yaitu responden yang pernah menonton Podcast Dedddy Corbuzier, mengikuti atau subscribe channel youtube Deddy Corbuzier, dan merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Jakarta. Identitas tersebut memiliki persentase 100% yang artinya sebanyak 72 orang (tabel 14, 15, 16).

Pernyataan pada variabel (X) (Clickbait podcast Deddy Corbuzier) dan variabel (Y) (Minat Menonton) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau telah memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel (X) Clickbait dan variabel (Y) Minat Menonton menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $> 0,80$ s.d 1,00. Maka kuisisioner variabel (X) adalah reliabel dan (Y) sangat reliabel. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur pengaruh clickbait podcast Deddy Corbuzier yang memiliki 8 dimensi, dapat kita lihat pada variabel (X) pada kuisisioner penelitian. Hasil penilaian reponden bahwa dimensi clickbait antara lain; *Exaggeration, Teasing, Inflammatory, Formatting, Graphic, Bait and Switch, Ambiguous, Wrong*, tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Clickbait podcast Deddy Corbuzier (X) sebesar 4,039. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur minat menonton (Y) memiliki 3 dimensi yaitu; Kognitif, Afektif, dan Konatif (Sugiyono, 2017) dimana hasilnya tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai ratarata jawaban responden pada variabel Minat Menonton sebesar 4,251. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh clickbait podcast 85 youtube deddy Corbuzier sudah diterapkan sebagaimana mestinya. Dimana clickbait yang digunakan sudah menarik. Clickbait yang cukup unik dan lebih menarik dari kompetitor dikelasnya. Clickbait merupakan atribut atau pendukung yang sangat penting dalam suatu konten yang bertujuan menarik minat dan memperngaruhi khalayak dengan melibatkan khalayak melalui judul *clickbait*, sehingga mendorong khalayak untuk tertarik untuk membuka atau meng-klik konten.

Hasil dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Clickbait podcast Deddy Corbuzier di Youtube secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel (X) dalam kuisisioner penelitian. Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel (X) sebesar 4,039. Dari semua dimensi *clickbait*, dimensi (X6) yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu 4,167 dibandingkan dimensi lain dalam variabel (X).

Minat Menonton secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel (Y) dalam kuisisioner penelitian. Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel (Y) sebesar 4,251.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.609		2.170

a. Predictors: (Constant), *CLICKBAIT*

Sumber : Hasil SPSS Versi 23

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.289	1.625		13.103	.000
<i>CLICKBAIT</i>	.210	.020	.784	10.553	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENONTON

Sumber : Hasil SPSS Versi 23

SIMPULAN

Berdasarkan semua indikator yang diajukan dalam penelitian, terdapat indikator pada responden yang paling rendah (X2) dengan nilai mean 3,819, dimana 17 responden menyatakan kurang setuju bahwa Judul *podcast* dengan episode “Bukan *Clickbait*!! Tersebar Buku Pembunuhan Ini!! Tonton Sebarkan!!” yang ditampilkan tidak sesuai dengan fakta yang ada atau tidak sesuai isi. Saran untuk konten kreator Deddy Corbuzier khususnya pada konten-konten *podcast*, *clickbait* yang disampaikan harus sesuai dengan isi konten yang ada atau disesuaikan sesuai dengan konteks yang tercantum, sehingga pesan yang disampaikan melalui *clickbait* tersebut dapat mudah dimengerti dan dipercaya oleh penonton. Agar penonton yakin bahwa *Podcast* Deddy Corbuzier adalah pilihan konten *podcast* yang tepat untuk meningkatkan pengetahuan dan informasi faktual sesuai yang tertera pada judul ber-*clickbait*.

Indikator terendah lainnya terdapat pada variabel (Y4) dengan nilai mean 4,111 dimana 12 responden meyakini kurang setuju dengan pernyataan jika terkadang judul yang digunakan dalam konten *podcast* Deddy Corbuzier sangat mencolok membuat saya semakin penasaran untuk mencari tahu lebih tentang *podcast* nya. Saran untuk konten kreator Deddy Corbuzier khususnya pada judul *podcast* yang terlalu mencolok membuat penonton kurang yakin apakah judul tersebut dapat membuat penasaran karena terlalu mencolok atau malah sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Ahmad Farhan Habib, 2020, “*Pengaruh Kesenjangan Kepuasan Terhadap Kepuasan Mendengar Dan Keberlanjutan Mendengarkan Podcast*” (Analisis Kuantitatif Pengaruh Kesenjangan Kepuasan terhadap Kepuasan Mendengar dan Intensi Keberlanjutan Mendengarkan *Podcast* melalui Spotify yang Dimoderasi Kebiasaan Mendengarkan *Podcast* di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Tahun 2019), Universitas Sebelas Maret.
- Biyani, P. Tsioutsoulouklis, K. Blackmer, J. (2016). 8 Amazing Secrets for Getting More Clicks: Detecting *Clickbaits* in New Streams Using Article Informality. Hal 94-100.
- Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, Nindi Aristi. “*Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio”, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, *e-journal*. Kajian Jurnalisme, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2017 – hal 90-104.
- Jenetia Nikita Pangerapan, Antonius Boham, Julius L. K Randang, “*Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Clickbait Media Online Instagram*” (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik).
- M. Rizky Kertanegara, “*Penggunaan Clickbait Headline pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id*”, MediaTor: Jurnal Komunikasi, Vol 11 (1), Juni 2018, 31-43.
- Olivia Lewi P, 2020. “*Judul Clickbait dalam Berita Kasus Prostitusi Online*”, Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 1, April 2020:59 – 70.
- Rizky R. Gustam, “*Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer*”, *E - Journal Ilmu Komunikasi*, 2015, 3 (2): 224-242 ISSN 0000-0000 , *ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id* © Copyright 2015.
- Yayat D Hadiyat, “*Clickbait di Media Online Indonesia*”, Jurnal Pekomas Vol 4 no 1, 2019, h 3-6.

Buku:

- Ardianto, E (2011). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama.
- B García Orosa, S Gallur Santorun, X López García (2017): “*Use of clickbait in the online news media of the 28 EU member countries*”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.261 to 1.277.
- Biyani, Prakhar., Kostas Tsioutsoulouklis, and John Blackmer (2016). “*8 Amazing Secrets for Getting More Clicks*”: *Detecting Clickbaits in News Streams Using Article Informality*. Proceedings of the Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-16).
- Bradshaw, P. (2009). *Writing/Producing for the web: BASIC principles*. In: Romli, A.S.M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Edisi 2. Nuansa Cendekia. Bandung Indonesia. Hal.17-18.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Penelitian untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2014, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee Monle, Johnson Carla. 2011. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Manan, A (2018). “*Ancaman Baru dari Digital. Laporan Tahunan AJI 2018*”. AJI: Jakarta.
- Mc. Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morianty Sandra, Mitchell, Nancy & Wells, William. 2011. *Advertising (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Rakhmat, J. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Hal. 25-26. Romli A.S.M. (2018). *Journalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Edisi 2. Nuansa Cendekia. Bandung-Indonesia. Hal.5-180.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vijgen, B. (2014, June). *The Listicle: An Exploring Research On An Interesting Shareable New Media Phenomenon*. *Ephemerides*, 59(1), 103.
- Y. Chen, N. J. Conroy, and V. L. Rubin, "Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as "False News"," in Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection, Seattle, WA, 2015. pp. 15-19. Cho, J., Boyle, M. P., Keum.

Artikel dalam buku:

- Nurul Parameswari Susantono, 2014, "*Minat Penonton Terhadap Tayangan Edukatif (Viewer Interest Towards Educative Television Programs)*" Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia.