

## Pengaruh Konten *YouTube* Ferry Irwandi terhadap Persepsi Akurat Konten dan Umpan Balik *Audiens*

Alexander Vito Dharma Putra<sup>1</sup>, Dian Marhaeni Kurdaningsih<sup>2</sup>  
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung<sup>1,2</sup>

Email: [32802200016@std.unissula.ac.id](mailto:32802200016@std.unissula.ac.id), [Marhaeni@unissula.ac.id](mailto:Marhaeni@unissula.ac.id)

### Sejarah Artikel:

Diterima 29-05-2026  
Disetujui 06-06-2026  
Diterbitkan 08-06-2026

### ABSTRACT

*This study examines the influence of philosophical discourse content on YouTube channel "Ferry Irwandi" on audience's accurate content perception and audience feedback. Using a quantitative approach with purposive sampling, data were collected via Likert scale questionnaires from 105 subscribers of the channel. Data analysis was conducted using SPSS 27, including validity, reliability, normality, linearity, simple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing (t test and F test). Results indicate that YouTube content significantly influences accurate content perception ( $R^2=0.654$ ;  $t=13.938$ ;  $sig.<0.05$ ) and audience feedback ( $R^2=0.385$ ;  $t=8.037$ ;  $sig.<0.05$ ). These findings suggest that logically structured and data driven content enhances audience understanding and engagement, contributing to higher quality public discourse in the digital era.*

**Keywords** *YouTube content; accurate content perception; digital media*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh konten wacana filsafat di YouTube Ferry Irwandi terhadap persepsi akurat konten dan umpan balik audiens. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert kepada 105 responden subscriber kanal tersebut. Analisis data menggunakan SPSS 27 meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji T dan uji F). Hasil menunjukkan bahwa konten YouTube berpengaruh signifikan terhadap persepsi akurat konten ( $R^2=0,654$ ;  $t=13,938$ ;  $sig.<0,05$ ) dan umpan balik audiens ( $R^2=0,385$ ;  $t=8,037$ ;  $sig.<0,05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa konten yang disampaikan secara logis, terstruktur, dan berbasis data mampu meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas diskursus publik di era digital..

**Katakunci:** Konten YouTube; Persepsi Akurat Konten; Media Digital

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi publik secara fundamental. Konflik wacana yang sebelumnya berlangsung dalam forum formal kini bermigrasi ke media sosial yang bersifat terbuka, interaktif, dan berbasis algoritma. Konten YouTube dapat berfungsi sebagai mekanisme klarifikasi, koreksi informasi, serta pembentukan opini publik apabila dikelola secara argumentatif dan rasional (Ardiansyah, 2023). Namun di sisi lain, konflik yang dikemas secara emosional berpotensi menimbulkan polarisasi dan disinformasi (Christin, 2020).

Fenomena ini semakin relevan dalam konteks masyarakat digital Indonesia yang tingkat konsumsi media sosialnya termasuk tertinggi di dunia. Penetrasi internet telah melampaui 62,9% populasi dengan penggunaan media sosial rata-rata lebih dari tiga jam per hari (Hootsuite & We Are Social, 2024). YouTube menempati posisi strategis dengan lebih dari dua miliar pengguna aktif bulanan secara global, dan Indonesia termasuk dalam lima besar negara dengan jumlah pengguna terbesar (Databoks, 2024).

Di antara konten-konten yang memicu diskusi publik, wacana filsafat yang disampaikan Ferry Irwandi melalui YouTube menjadi fenomena menarik. Kampanye digitalnya mengenai gagasan "menghapus jurusan filsafat" memicu respons beragam dari akademisi, mahasiswa, dan masyarakat umum (Gultom, 2026). Pola komunikasi yang digunakan memperlihatkan konflik argumentatif yang dikemas untuk menarik perhatian sekaligus membentuk diskusi intelektual (Sulmayanti et al., 2025).

Persepsi akurat konten menjadi variabel penting karena berkaitan dengan kualitas diskusi publik. Dalam lingkungan digital yang sarat misinformasi, kemampuan audiens menilai akurasi konten menjadi kunci rasionalitas ruang publik (Hidayat, 2021). Sejalan dengan itu, umpan balik audiens—berupa komentar, like, share, dan diskusi lanjutan menjadi indikator keterlibatan audiens (Irawan & Wulandari, 2022).

Penelitian terdahulu umumnya memisahkan antara persepsi dan respons audiens serta belum secara spesifik meneliti konten YouTube dalam konteks wacana filsafat (Akbar & Fitriani, 2022; Lestari & Priyono, 2022). Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan secara kuantitatif menguji pengaruh konten YouTube terhadap persepsi akurat konten (Y1) dan umpan balik audiens (Y2) pada wacana filsafat di kanal YouTube Ferry Irwandi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Populasi penelitian adalah subscriber kanal YouTube Ferry Irwandi yang telah menonton dan memahami konten wacana filsafat. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) subscriber aktif kanal YouTube Ferry Irwandi, (2) pernah menonton minimal satu video bertema filsafat, dan (3) berdomisili di Indonesia. Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan sebanyak 105 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online berbasis Google Form dengan skala Likert 1–5 (1=Sangat Tidak Setuju, 5=Sangat Setuju). Kuesioner mencakup tiga variabel: (1) Konten YouTube (X) diukur dengan 10 indikator meliputi kejelasan isu, kekuatan argumentasi, penyajian perspektif, gaya penyampaian, dan dampak pemahaman; (2) Persepsi Akurat Konten (Y1) diukur dengan 10 indikator; dan (3) Umpan Balik Audiens (Y2) diukur dengan 10 indikator.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 27, meliputi: (1) uji validitas dengan korelasi Product Moment ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel = 0,195); (2) uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach ( $\alpha >$  0,60); (3) uji normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov; (4) uji linearitas; (5)

analisis regresi linear sederhana; (6) uji koefisien determinasi ( $R^2$ ); serta (7) pengujian hipotesis melalui uji T dan uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penelitian ini berhasil mengumpulkan 105 responden. Berdasarkan jenis kelamin, 57 responden (54%) berjenis kelamin laki laki dan 48 responden (46%) perempuan. Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari Semarang (62 responden/59%), diikuti Pati (9/9%), Jepara (8/8%), Jakarta (7/7%), dan daerah lainnya. Mayoritas responden merupakan kelompok usia remaja akhir hingga dewasa muda yang akrab dengan media digital dan aktif dalam diskusi publik daring.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid. Nilai  $r$  hitung variabel Konten YouTube (X) berkisar antara 0,689–0,800; variabel Persepsi Akurat Konten (Y1) berkisar antara 0,676–0,861; dan variabel Umpan Balik Audiens (Y2) berkisar antara 0,560–0,827 kesemuanya lebih besar dari  $r$  tabel (0,195). Seluruh variabel juga dinyatakan reliabel dengan nilai Alpha Cronbach di atas 0,60 ( $X=0,905$ ;  $Y1=0,992$ ;  $Y2=0,917$ ), menunjukkan konsistensi instrumen yang tinggi.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rentang $r$ Hitung	$r$ Tabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Konten YouTube (X)	0,689 – 0,800	0,195	0,905	Valid & Reliabel
Persepsi Akurat Konten (Y1)	0,676 – 0,861	0,195	0,992	Valid & Reliabel
Umpan Balik Audiens (Y2)	0,560 – 0,827	0,195	0,917	Valid & Reliabel

(Sumber: Data primer, diolah dengan SPSS 27)

### Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa data pada hubungan X–Y1 berdistribusi normal (Asymp. Sig. = 0,133 > 0,05), sehingga memenuhi asumsi parametrik. Data pada hubungan X–Y2 memperoleh nilai Asymp. Sig. = 0,052 yang berada tepat di atas batas signifikansi, sehingga analisis tetap dapat dilanjutkan. Uji linearitas menunjukkan bahwa kedua hubungan (X–Y1 dan X–Y2) bersifat linear dengan nilai Sig. Linearity < 0,001, sehingga asumsi analisis regresi terpenuhi.

## Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana untuk hubungan konten YouTube (X) terhadap persepsi akurat konten (Y1) menghasilkan persamaan:  $Y1 = 7,309 + 0,802X$ . Nilai konstanta 7,309 menunjukkan nilai dasar persepsi akurat konten saat konten YouTube bernilai nol, sedangkan koefisien regresi 0,802 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan konten YouTube akan meningkatkan persepsi akurat konten sebesar 0,802 satuan. Untuk hubungan X–Y2 diperoleh persamaan:  $Y2 = 8,404 + 0,710X$ , dengan koefisien 0,710 mengindikasikan pengaruh positif konten YouTube terhadap umpan balik audiens.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Hubungan Variabel	Persamaan Regresi	R	R <sup>2</sup>	F Hitung	Sig.
X → Y1 (Persepsi Akurat Konten)	$Y1 = 7,309 + 0,802X$	0,808	0,654	194,669	0,001
X → Y2 (Umpan Balik Audiens)	$Y2 = 8,404 + 0,710X$	0,621	0,385	64,599	0,001

(Sumber: Data primer, diolah dengan SPSS 27)

## Uji Hipotesis

Uji T dilakukan untuk menguji pengaruh parsial konten YouTube terhadap masing masing variabel dependen. Hasil uji T terhadap Y1 menunjukkan t hitung = 13,938 > t tabel = 1,660 dengan sig. = 0,001 < 0,05, sehingga H1 diterima—konten YouTube berpengaruh signifikan terhadap persepsi akurat konten. Hasil uji T terhadap Y2 menunjukkan t hitung = 8,037 > t tabel = 1,660 dengan sig. = 0,001 < 0,05, sehingga H1 diterima konten YouTube berpengaruh signifikan terhadap umpan balik audiens. Uji F menunjukkan F hitung = 64,599 > F tabel = 3,94 dengan sig. = 0,001 < 0,05, mengkonfirmasi pengaruh simultan yang signifikan

## Hasil

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konten YouTube Ferry Irwandi memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi akurat konten dengan kontribusi sebesar 65,4% (R<sup>2</sup>=0,654). Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayat (2021) yang menemukan bahwa konten edukasi YouTube yang disajikan secara sistematis meningkatkan persepsi akurasi audiens. Konten wacana filsafat Ferry Irwandi yang menggunakan struktur argumentatif, dukungan data, dan penyampaian yang logis terbukti mampu membangun kualitas pemahaman audiens bukan sekadar memancing reaksi emosional (Cahyadi & Lestari, 2022).

Pengaruh konten YouTube terhadap umpan balik audiens tercatat sebesar 38,5% (R<sup>2</sup>=0,385). Meskipun lebih rendah dibandingkan pengaruhnya terhadap persepsi akurat, temuan ini tetap signifikan dan mengindikasikan bahwa konten yang disampaikan secara menarik dan relevan mampu mendorong partisipasi audiens dalam berbagai bentuk komentar, like, share, dan diskusi lanjutan. Sisa 61,5% kemungkinan dipengaruhi faktor lain seperti karakteristik individu, literasi media, dan faktor psikologis

(Nurhayati, 2021). Perbedaan besar antara  $R^2$  untuk Y1 dan Y2 mengimplikasikan bahwa kemampuan konten dalam membentuk pemahaman lebih kuat dibandingkan kemampuannya memicu tindakan interaktif, yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut.

Secara teoritis, hasil ini memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks media digital (Amalia & Susanto, 2021): audiens secara aktif memilih dan menginterpretasikan konten sesuai kebutuhan kognitif dan afektif mereka. Konten wacana filsafat Ferry Irwandi berhasil memenuhi kebutuhan audiens akan informasi berkualitas sekaligus stimulasi intelektual, yang pada gilirannya mendorong keterlibatan aktif. Temuan ini juga berkontribusi pada pengembangan kajian konten YouTube dalam konteks wacana intelektual di Indonesia (Prasetya & Widyaningsih, 2023; Puteri et al., 2025).

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini membuktikan bahwa konten YouTube Ferry Irwandi berpengaruh signifikan terhadap persepsi akurat konten ( $R^2=0,654$ ;  $t=13,938$ ;  $\text{sig.}=0,001$ ) dan umpan balik audiens ( $R^2=0,385$ ;  $t=8,037$ ;  $\text{sig.}=0,001$ ). Konten yang disampaikan secara jelas, logis, dan berbasis data terbukti mampu meningkatkan pemahaman audiens sekaligus mendorong partisipasi aktif dalam bentuk komentar, like, dan diskusi lanjutan.

Secara praktis, kreator konten disarankan untuk mempertahankan kualitas argumentasi dan berbasis fakta dalam menyampaikan isu kontroversial. Secara akademis, penelitian selanjutnya disarankan memperluas sampel, menambahkan variabel moderasi seperti literasi digital dan kepercayaan audiens, serta mengeksplorasi platform lain seperti TikTok dan Instagram untuk perbandingan lintas platform.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, I., & Fitriani, N. (2022). Pengaruh konten YouTube terhadap persepsi audiens pada isu sosial. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 45–58.
- Amalia, R., & Susanto, H. (2021). Analisis uses and gratifications pada pengguna media sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 112–130.
- Ardiansyah, M. F. (2023). Efek media sosial terhadap pembentukan opini publik pada isu kontroversial. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(2), 189–205.
- Cahyadi, D., & Lestari, P. (2022). Pengaruh penyajian konflik dalam konten digital terhadap tingkat kepercayaan audiens. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 3(1), 44–61.
- Christin, M. (2020). Media massa dan konstruksi realitas sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 4(1), 52–64.
- Fatimah, S., & Nugroho, A. (2022). Teori agenda setting dalam konteks media sosial YouTube. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 25(1), 1–14.
- Gultom, A. K. (2026). Analisis wacana kritis berbasis korpus pada kampanye digital "hapus jurusan filsafat" oleh Ferry Irwandi di YouTube. [Nama Jurnal, Volume(Nomor), Halaman — segera lengkapi setelah publikasi terverifikasi].
- Hidayat, D. N. (2021). Persepsi audiens terhadap akurasi informasi pada konten edukasi di YouTube. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 99–115.

- Irawan, S., & Wulandari, D. (2022). Umpan balik audiens sebagai indikator kualitas konten media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 68–85.
- Lestari, W., & Priyono, A. (2022). Konten YouTube dalam media sosial dan dampaknya terhadap persepsi pengguna. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 4(2), 111–127.
- Nurhayati, I. K. (2021). Pengaruh gaya komunikasi content creator terhadap loyalitas audiens YouTube. *Jurnal Informatika dan Komunikasi Digital*, 4(1), 1–17.
- Prasetya, A., & Widyaningsih, R. (2023). Analisis wacana kritis konten sosial di YouTube: Studi kasus channel edukasi. *Jurnal Medialog*, 6(1), 30–46.
- Puteri, F. A. Z., Balqis, M. B., Setiawan, D., Choirunnisa, M. S., Nadia, I. M., & Rheinsalazar, S. F. (2025). Peran content creator sebagai agen bela negara dalam menangkal disinformasi: Studi kasus konten Ferry Irwandi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 29–35. <https://doi.org/10.69714/6eec1s75>
- Putri, A. R. (2022). Literasi media digital dan kemampuan audiens menilai akurasi informasi di YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 7(1), 55–71.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulmayanti, I., Hasanah, U., Trianjani, M., & Sari, L. E. (2025). Analisis retorika Ferry Irwandi dalam video YouTube: "How to be a good storyteller". *PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(2), 1–10.
- Widianto, E. (2023). Dampak konten YouTube dalam media digital terhadap persepsi dan partisipasi audiens. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(1), 1–16.
- Databoks. (2024). Jumlah pengguna YouTube di Indonesia. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id>
- Hootsuite & We Are Social. (2024). Digital 2024 global overview report. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024>