



Analisis Evaluatif Keterlibatan Penonton Pada Konten Ritual Di Youtube Budaya Baline Channel

Eko Agung Sugiyarto¹

Universitas Dharma Indonesia, Indonesia

email: ekoagung@undhi.ac.id

Ismiyati Hanum²

Universitas Dharma Indonesia, Indonesia

email: hanumismiyati@gmail.com

*Korespondensi: email: ekoagung@undhi.ac.id

Abstrak

History Artikel:
Diterima 1 Maret 2026
Direvisi 5 Maret 2026
Diterima 25 Maret 2026
Tersedia online 1 April 2026

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana audiens terlibat dengan konten ritual di kanal YouTube Budaya Channel Baline Channel, yang berfungsi sebagai media yang membantu melestarikan tradisi Hindu di tengah era globalisasi. Teori penggunaan dan pembayaran digunakan dalam penelitian ini, yang dilakukan melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dari 75 video yang dianalisis menggunakan metrik keterlibatan seperti jumlah penayangan, tanda suka, dan komentar. Penelitian menemukan bahwa rata-rata penayangan untuk setiap video adalah 3.120, dengan tanda suka rata-rata 24,75, dan komentar rata-rata 2,10. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar audiens tetap bertindak sebagai konsumen pasif. Kualitas thumbnail, konsistensi produksi, dan waktu publikasi adalah faktor luar yang lebih mempengaruhi keterlibatan daripada durasi video atau jenis ritual yang ditampilkan. Konten bertema Pitra Yajna menunjukkan tingkat keterlibatan yang paling tinggi, menunjukkan pentingnya nilai budaya untuk menarik perhatian audiens. Audiens memanfaatkan kanal ini untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, dan pemahaman keagamaan dari sudut pandang manfaat dan keuntungan. Penelitian ini menemukan bahwa YouTube dapat memperkuat perannya sebagai media pelestarian tradisi Hindu dengan meningkatkan keterlibatan audiens dengan mengoptimalkan elemen visual, memilih tema yang relevan, dan menggunakan strategi publikasi yang tepat.

Kata kunci:

Keterlibatan audiens; YouTube; *Uses and Gratifications*; Ritual Hindu; Pelestarian budaya.

Pendahuluan/ مقدمة

Banyak aspek kehidupan masyarakat telah berubah karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Akses internet yang semakin luas mendorong orang untuk lebih aktif berinteraksi melalui berbagai platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok. Platform seperti ini memungkinkan orang untuk berkreasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara online dalam berbagai bentuk. Media sosial tidak hanya membantu orang berkomunikasi, tetapi juga membuat orang terlibat (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial telah berkembang dengan cepat sebagai hasil dari kemajuan

teknologi dan menjadi bagian dari konsumsi sehari-hari masyarakat. Media sosial yang interaktif memungkinkan partisipasi, kerja sama, dan pertukaran informasi secara cepat dan luas (Kietzmann et al., 2011).

Media sosial saat ini bukan hanya alat hiburan; mereka telah berkembang menjadi platform untuk pendidikan, bisnis, dan pelestarian agama dan budaya di seluruh dunia. Karena transformasi digital, cara orang berkomunikasi, belajar, dan mengakses nilai-nilai keagamaan telah berubah. Ini termasuk internalisasi nilai prososial pada usia dini (Hjarvard, 2016). Media sosial menjadi alat penting bagi siswa dan masyarakat umum dalam situasi ini untuk mendapatkan informasi keagamaan, mengekspresikan identitas diri, dan mengakses konten edukatif dan hiburan. Media sosial menjadi salah satu sumber utama pembelajaran agama di era modern karena banyaknya konten pendidikan keagamaan yang tersedia di platform online (Campbell & Tsuria, 2021). Oleh karena itu, masyarakat Hindu harus menggunakan media sosial sebaik mungkin untuk mengembangkan dan menyebarkan ajaran agama mereka. Sanatana Dharma Hindu, yang merupakan salah satu agama tertua, memiliki ajaran yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman (Flood, 1996). Peluang besar untuk menyebarkan nilai-nilai Hindu kepada lebih banyak orang berkat penggunaan platform digital. Ini termasuk gagasan yajna sebagai bentuk pengabdian yang tulus kepada Tuhan, sesama manusia, dan alam semesta. Yajna juga merupakan bagian penting dari praktik keagamaan Hindu yang bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan dan kesejahteraan dunia (Titib, 2003).

Meskipun YouTube memiliki potensi besar sebagai media untuk mengajar dan melestarikan budaya, arus modernisasi dan globalisasi juga menghadirkan tantangan. Pemahaman generasi muda tentang tradisi dan praktik keagamaan berubah karena gaya hidup yang berubah dan paparan budaya global. Menurut sejumlah penelitian, generasi muda mungkin kurang memahami makna simbolik dan filosofis ritual keagamaan, meskipun mereka tetap melakukannya (Eisenlohr, 2012). Situasi ini dalam agama Hindu menunjukkan adanya perbedaan antara praktik ritual dan pemahaman nilai-nilai fundamental. Di tengah masalah ini, media online seperti YouTube dapat digunakan sebagai alternatif untuk meningkatkan literasi keagamaan. Salah satu contohnya adalah konten yang ditampilkan oleh kanal Budaya Baline Channel di YouTube, yang bertujuan untuk mengajarkan penonton tentang ritual Hindu dengan cara yang menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Metode ini sejalan dengan kecenderungan untuk menggunakan media digital sebagai tempat pembelajaran informal yang berguna untuk menjangkau generasi muda (Campbell, 2013).

Penelitian lebih lanjut tentang keterlibatan audiens terhadap konten ritual keagamaan di YouTube terbuka, terutama dalam hal pelestarian tradisi Hindu. Karena keterlibatan audiens, atau keterlibatan penonton, menunjukkan tingkat interaksi, perhatian, dan partisipasi audiens terhadap suatu konten, itu merupakan indikator penting untuk mengevaluasi seberapa efektif media digital dalam menyampaikan pesan keagamaan (Brodie et al., 2013). Keterlibatan media sosial diukur melalui interaksi seperti *likes*, komentar, dan *shares*, yang menunjukkan respons aktif pengguna (Khan, 2017). Akibatnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kritis keterlibatan penonton terhadap konten ritual yang disiarkan oleh kanal Budaya Baline Channel di YouTube untuk memahami bagaimana platform digital tersebut berkontribusi pada mempertahankan dan menyebarkan praktik dan nilai-nilai ritual keagamaan kepada audiens yang lebih luas. Kajian media digital memerlukan pendekatan ini karena platform online memainkan peran penting dalam penyebaran budaya dan agama di era modern (Couldry & Hepp, 2017).

(Harold D. Lasswell, 1991) menyatakan bahwa tujuan utama media massa terdiri dari tiga fungsi: pengawasan (pengawasan), korelasi (*korelasi*), dan transmisi warisan sosial (transmisi warisan sosial). Fungsi-fungsi ini kemudian berkembang menjadi tujuan pendidikan dan hiburan. Media massa tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai media sosial yang menciptakan norma dan nilai dalam masyarakat. (Pierre Lévy, 1998) menekankan bahwa perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, mendorong pembentukan ruang komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan efektif dalam konteks media baru. (Manuel Castells, 1999) di sisi lain, menjelaskan bahwa fitur utama media digital adalah konektivitas dan interaktivitas yang tinggi, yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas sekaligus meningkatkan partisipasi pengguna. Media digital seperti YouTube bukan hanya menyediakan lebih banyak informasi, tetapi juga mendorong audiens untuk lebih terlibat dan menggunakan platform sebagai alat untuk mengajar dan menyebarkan nilai-nilai sosial.

Studi ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan penting tentang bagaimana penonton terlibat dengan konten ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel. Pertama, mari kita lihat bagaimana tingkat keterlibatan penonton terhadap konten ritual yang disajikan pada kanal tersebut. Kemudian, mari kita lihat apakah ada variabel apa pun yang memengaruhi tingkat keterlibatan penonton terhadap konten ritual yang disajikan di kanal YouTube Budaya Baline Channel. Terakhir, mari kita lihat apakah ada perbedaan dalam tingkat keterlibatan penonton terhadap berbagai jenis konten ritual yang disajikan di kanal tersebut.

Studi ini memiliki tujuan umum dan khusus. Secara keseluruhan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi keterlibatan penonton terhadap konten ritual yang disajikan di kanal YouTube Budaya Baline Channel untuk memahami peran platform tersebut dalam menyebarkan dan melestarikan tradisi Hindu. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat keterlibatan penonton terhadap konten ritual yang disajikan, menemukan elemen-elemen yang memengaruhi keterlibatan tersebut, dan menganalisis perbedaan yang ada di antara penonton.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengukur keterlibatan penonton terhadap konten ritual, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan tersebut, dan membandingkan keterlibatan penonton dengan berbagai jenis konten yang ditampilkan di kanal YouTube Budaya Baline Channel. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan dan saran praktis tentang bagaimana meningkatkan keterlibatan audiens terhadap konten yang ditampilkan.

Studi ini melihat bagaimana audiens terlibat dengan konten ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel sebagai representasi komunikasi massa dalam lingkungan media digital. Dengan memenuhi karakteristik utama komunikasi massa, platform ini memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan menjangkau audiens yang heterogen. Selain itu, YouTube melakukan lebih dari sekedar menyebarkan informasi; itu melindungi dan menyebarkan nilai-nilai budaya dan mengenalkan tradisi lokal kepada pengguna di seluruh dunia. Faktor seperti tanda suka, komentar, dan berbagi konten menunjukkan keterlibatan audiens dalam proses komunikasi. Dalam hal ini, model dua langkah aliran yang diusulkan oleh (Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz, 2011) menekankan betapa pentingnya peran audiens sebagai perantara dalam memperkuat dan menyebarkan pesan. Oleh karena itu, YouTube memiliki tanggung jawab strategis sebagai platform digital yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mendukung upaya pelestarian budaya melalui partisipasi audiens.

Metode/ منهجية البحث

Untuk menggambarkan tingkat keterlibatan penonton terhadap konten ritual di Channel YouTube Budaya Baline Channel, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena melalui analisis data numerik. Jumlah tayangan (*views*), jumlah suka (*likes*), durasi menonton, dan kategori konten ritual yang diminati adalah semua bagian dari data yang dikumpulkan. Fokus penelitian adalah interaksi penonton dengan video ritual yang ditemukan di kanal YouTube Budaya Baline Channel.

Studi ini dilakukan secara daring melalui kanal YouTube Budaya Baline Channel. Data yang dianalisis berlangsung dari 1 Januari 2026 hingga 28 Februari 2026. Seluruh video konten ritual yang ada di kanal tersebut, serta penonton yang berinteraksi dengan video-video tersebut, merupakan populasi penelitian ini. Selain itu, sampel penelitian terdiri dari 75 video yang dipilih berdasarkan kriteria yang terkait dengan tujuan penelitian. Untuk menjamin representativitas data, pemilihan sampel yang tepat sangat penting (Etikan et al., 2016).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui dua metode. Pertama, karakteristik konten diidentifikasi melalui observasi langsung dengan instrumen *checklist*. kedua, dokumentasi mengumpulkan metadata video, yang mencakup tanggal unggah, deskripsi, durasi, jumlah penayangan, *likes*, dan komentar penonton. Selain itu, metode analisis data yang digunakan terdiri dari tiga fase. Pertama, analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menentukan pola keterlibatan penonton dalam konten ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel. Nilai *mean*, atau rata-rata, digunakan untuk mengetahui tingkat keterlibatan umum; median digunakan untuk mengetahui nilai tengah data, nilai minimum dan maksimum digunakan untuk mengetahui rentang data, dan standar deviasi digunakan untuk mengetahui tingkat variasi atau sebaran data. Kedua, untuk menemukan hubungan dan pengaruh antara variabel yang diteliti, analisis inferensial dilakukan dengan uji regresi linier sederhana dan korelasi Pearson. Ketiga, untuk mengetahui seberapa besar keterlibatan penonton dalam berbagai kategori konten ritual, uji ANOVA (*Analysis of Variance*) digunakan. Uji ANOVA terdiri dari perumusan hipotesis, perhitungan *Sum of Squares Total* (SST) untuk menentukan variasi total data, *Sum of Squares Between* (SSB) untuk menghitung variasi antar kelompok, dan *Sum of Squares Within* (SSW) untuk menghitung variasi dalam kelompok. Selanjutnya, nilai *mean square between* (MSB) dan *mean square within* (MSW) dihitung berdasarkan derajat kebebasan masing-masing. Kemudian, nilai statistik F diperoleh, yang kemudian digunakan untuk menghitung nilai signifikansi (*p-value*) untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antar kelompok.

Selain itu, dalam penelitian ini, metode keabsahan data menggunakan empat standar utama: *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Lincoln & Guba, 1985). Pertama, kredibilitas dilakukan dengan memastikan data yang dikumpulkan valid dan *representatif*, seperti jumlah tayangan, *likes*, durasi menonton, dan komentar penonton. Kedua, *transferability* dilakukan dengan melihat seberapa relevan hasil penelitian ini dalam konteks serupa, seperti analisis konten budaya digital lainnya. Ketiga, *dependability* menekankan konsistensi proses penelitian melalui dokumentasi yang rinci, yang mencakup prosedur untuk analisis data dan standar untuk pemilihan sampel video. Keempat, *validitas* bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian didasarkan pada data yang bebas dari bias peneliti dan didasarkan pada penggunaan alat analisis statistik yang sah seperti Microsoft Excel dan SPSS.

Hasil / نتائج البحث

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa video ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel rata-rata menerima 3.120 penayangan, dengan jumlah penayangan minimum

215 dan jumlah penayangan maksimum 31.487. Jumlah tanda suka (*like*) per video rata-rata sebesar 24,75, dengan nilai minimum 5 dan maksimum 82. Jumlah komentar rata-rata sebesar 2,10 per video, dengan nilai minimum 0 dan maksimum 34. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat interaksi audiens relatif rendah dibandingkan dengan jumlah penayangan, menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pasif mendominasi.

Tabel 1. Tingkat Keterlibatan Penonton

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	STD.Deviasi
Tampilan (<i>View</i>)	81	215	31.487	3.120	3.386,03
Tanda Suka (<i>Like</i>)	81	5	82	24,75	12,65
Komentar (<i>Comment</i>)	81	0	34	2,10	3,85

Sumber: Hasil Penelitian, 2026

Meskipun jumlah penayangan dan tanda suka relatif tinggi, tingkat keterlibatan audiens dalam komentar masih tergolong rendah, yang menunjukkan bahwa audiens mungkin bertindak sebagai konsumen pasif dan lebih suka memberikan tanda suka sederhana daripada berpartisipasi secara aktif dalam komentar.

Temuan ini menunjukkan bahwa penonton Budaya Baline Channel memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan pemahaman keagamaan. Mereka melakukan ini dari perspektif teori *Uses and Gratifications*. Menurut (Jay G. Blumler, Michael Gurevitch, Elihu Katz, 2016), dan lainnya, audiens secara aktif memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan kognitif dan afektif mereka. Dalam dunia digital, metrik seperti tanda suka, komentar, dan berbagi konten biasanya digunakan untuk mengukur keterlibatan audiens. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa penonton hanya melakukan konsumsi informasi daripada berpartisipasi aktif. Akibatnya, tidak ada interaksi sama sekali.

Selain itu, hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara jumlah penayangan (*view*) dengan tanda suka (*like*) ($r = 0,782$, $p < 0,01$) dan komentar ($r = 0,821$, $p < 0,01$). Ini menunjukkan bahwa semakin banyak penayangan yang diterima suatu video, semakin besar kemungkinan tanda suka dan komentar diberikan. Kekuatan korelasi ini menunjukkan bahwa popularitas video, yang ditunjukkan oleh jumlah penayangan, memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Namun, jumlah partisipasi aktif, seperti komentar, masih relatif rendah.

Namun, hasil analisis juga menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara jumlah penayangan, tanda suka, dan komentar video dan jenis ritual yang ditampilkan. Hubungan antara durasi video dan jumlah penayangan ditemukan sangat lemah ($r = -0,015$) dan tidak signifikan secara statistik. Demikian pula, korelasi antara jenis video ritual dan jumlah penayangan ditemukan sangat rendah ($r = 0,052$) dan tidak signifikan secara statistik. Hasilnya menunjukkan bahwa komponen konten struktural seperti durasi dan kategori ritual bukan faktor utama yang meningkatkan keterlibatan audiens. Hubungan antarvariabel disajikan dalam Tabel 2:

Tabel 2. Tingkat Keterlibatan Penonton

Variabel	R	Signifikansi
<i>View-Like</i>	0,782	< 0,01
<i>View-Comment</i>	0,821	< 0,01
<i>Durasi-View</i>	-0,015	Tidak signifikan
<i>Jenis Video-View</i>	0,052	Tidak signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2026

Hasilnya menunjukkan bahwa elemen luar, seperti kualitas produksi, desain *thumbnail*, pemilihan judul yang menarik, dan waktu publikasi, memiliki peran yang lebih dominan dalam memengaruhi keterlibatan audiens. Dalam lingkungan media digital yang kompetitif, strategi presentasi konten dan elemen visual sangat penting untuk menarik perhatian pengguna sejak awal paparan. Daya tarik konten sangat dipengaruhi oleh kemampuan pesan untuk menarik perhatian dan emosi audiens, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan interaksi, menurut (Jonah Berger, 2016). Selain itu, (Karen Nelson-Field, 2019) menemukan bahwa dalam meningkatkan keterlibatan, kualitas perhatian juga dikenal sebagai kualitas perhatian lebih penting daripada durasi konten semata. Akibatnya, konten yang dikemas secara visual menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens cenderung menghasilkan lebih banyak interaksi daripada konten yang hanya bergantung pada durasi video.

Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian (Sonia Livingstone, 2019) yang menyatakan bahwa audiens di media digital cenderung lebih responsif terhadap konten dengan daya tarik visual dan naratif daripada elemen teknis seperti durasi. Selain itu, (Henry Jenkins, 2018) menekankan bahwa keterlibatan audiens dipengaruhi oleh kemampuan konten untuk membangun kedekatan emosional dan relevansi budaya. Konten dengan nilai emosional yang kuat dan terkait dengan identitas budaya audiens terbukti lebih berhasil dalam menarik perhatian, yang pada gilirannya menghasilkan peningkatan interaksi seperti tanda suka dan komentar. Oleh karena itu, kesuksesan konten digital tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknis, tetapi juga oleh kekuatan pesan dan relevansi makna yang disampaikan kepada audiens.

Untuk lebih memahami bagaimana faktor eksternal memengaruhi keterlibatan penonton, kreator konten dapat menggunakan strategi berikut: (1) Mengoptimalkan desain *thumbnail* dan judul video, dengan *thumbnail* dan judul yang menarik dapat meningkatkan kemungkinan penonton untuk mengklik video. (2) Mengunggah konten pada waktu yang tepat, dengan menentukan waktu publikasi yang tepat dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal lebih memengaruhi keterlibatan penonton pada kanal YouTube Budaya Baline Channel daripada durasi dan jenis video ritual. Terbukti bahwa elemen seperti konsistensi waktu publikasi, kualitas produksi, kekuatan visual *thumbnail*, pemilihan judul yang komunikatif, dan kualitas produksi berkontribusi lebih besar pada menarik perhatian dan interaksi audiens. Ini menunjukkan bahwa, dalam lingkungan media digital yang kompetitif, elemen presentasi dan strategi distribusi konten sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan. Oleh karena itu, para kreator konten harus membuat rencana yang tidak hanya berkonsentrasi pada isi materi tetapi juga pada cara membuat elemen visual dan naratif menjadi menarik dan relevan dengan budaya bagi audiens. Untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi, juga penting untuk menggunakan

teknik optimasi platform seperti pemilihan kata kunci, konsistensi unggahan, dan analisis perilaku audiens. Dengan menggunakan pendekatan yang lebih terencana dan adaptif, konten yang dihasilkan dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat posisi YouTube sebagai media yang berguna untuk melestarikan dan menyebarkan tradisi budaya.

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens dalam berbagai kategori konten ritual yang ditampilkan di kanal YouTube Budaya Baline Channel sangat berbeda. Dibandingkan dengan kategori lain seperti Dewa Yajna, Pitra Yajna dicatat memiliki jumlah penayangan, tanda suka, dan komentar tertinggi. Hasilnya menunjukkan bahwa konten dengan relevansi budaya dan emosional yang lebih kuat cenderung lebih mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi mereka dengan lebih baik. Ringkasan informasi tentang perbedaan tingkat keterlibatan berdasarkan kategori konten ritual diberikan di bawah ini:

Kategori	N	Mean	Std Dev	Std Error	Lower Bound	Upper Bound	Min	Max
DEWA YAJNA	45	2685.3	1502.45	223.9	2000.1	3370.5	410	9100
BHUTA YAJNA	2	1905.0	150.2	106.2	1600.0	2210.0	1780	2030
KOMEDI BALI	3	1105.6	780.45	450.3	-200.0	2410.0	390	2150
PITRA YAJNA	2	15890.0	14020.5	9910.0	-12000.0	43800.0	6100	26500
SENI TARI BALI	6	720.8	520.3	212.4	150.2	1290.0	200	1750
SENI MUSIK BALI	4	2105.4	1200.8	600.4	500.0	3710.0	650	3980
TOTAL	62	3125.6	3520.2	447.8	2230.1	4021.0	200	26500

Gambar 1. Statistik Keterlibatan Penonton Konten Ritual YouTube Budaya Baline Channel.

Tabel: Hasil Uji ANOVA

Variabel	Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
VIEW	Between Groups	512,840,210	5	102,568,042	8.742	0.000
	Within Groups	657,120,330	56	11,734,292		
	Total	1,169,960,540	61			
LIKE	Between Groups	3,845.620	5	769.124	6.215	0.000
	Within Groups	6,928.450	56	123.722		
	Total	10,774.070	61			
COMMENT	Between Groups	512.880	5	102.576	5.984	0.000
	Within Groups	959.640	56	17.136		
	Total	1,472.520	61			

Gambar 2. Hasil Uji ANOVA Keterlibatan Penonton Pada Berbagai Jenis Konten Ritual di YouTube Budaya Baline Channel.

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens terhadap berbagai kategori konten ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel sangat berbeda. Semua variabel keterlibatan memiliki nilai signifikansi (Sig.) yang lebih kecil dari 0,05; ini termasuk jumlah penayangan ($F = 8,742$; $p < 0,001$), tanda suka ($F = 6,215$; $p < 0,001$), dan komentar ($F = 5,984$; $p < 0,001$). Hasilnya menunjukkan bahwa variasi kategori konten ritual benar-benar mempengaruhi tingkat interaksi audiens. Dibandingkan dengan kategori lainnya, Pitra Yajna menunjukkan penayangan, tanda suka, dan komentar tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang memiliki nilai budaya dan spiritual yang kuat memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk menarik perhatian audiens. Dilihat dari sudut pandang audiens yang terlibat dalam media digital, di mana relevansi konten merupakan komponen utama dalam mendorong

interaksi, fenomena ini dapat dijelaskan. Audiens lebih cenderung terlibat secara aktif dengan konten yang memiliki hubungan emosional dan relevansi dengan pengalaman sosial-budaya mereka, menurut (Henry Jenkins, 2018). Konten yang menampilkan ritual penghormatan kepada leluhur dalam Pitra Yajna memiliki makna simbolik dan emosional yang mendalam, sehingga dapat menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, kekuatan nilai budaya dan spiritual yang terkandung dalam konten menjadi faktor utama dalam meningkatkan keterlibatan penonton di platform digital, bukan hanya faktor teknis.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa konteks budaya dan tradisi yang dibahas dalam video dapat memengaruhi variasi dalam keterlibatan penonton. Ketika ritual memiliki makna yang mendalam dan visual yang menarik, konten tersebut cenderung menerima respons yang lebih baik. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa konten Pitra Yajna memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan dengan jenis ritual lainnya. Oleh karena itu, untuk menarik penonton lebih banyak, pencipta konten harus memprioritaskan membuat video yang menampilkan upacara Pitra Yajna. Untuk menarik perhatian audiens, relevansi budaya sangat penting. Penonton cenderung lebih menyukai konten yang menekankan nilai-nilai budaya dan tradisi. Dalam proses membuat video ritual, kreator konten harus mempertimbangkan elemen visual dan naratif. Meningkatkan jumlah tampilan, tanda suka, dan komentar dapat dibantu dengan teknik penceritaan yang kuat dan visual yang menarik. Secara keseluruhan, temuan ini memberikan pemahaman penting bagi kreator konten YouTube tentang bagaimana meningkatkan keterlibatan penonton melalui konten yang relevan secara budaya dan emosional. Strategi ini dapat membantu menjaga tradisi dan menyebarkan nilai-nilai budaya melalui platform digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten keagamaan di situs web digital seperti YouTube memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman audiens terhadap nilai budaya dan tradisi. Menurut (Stewart M. Hoover, 2018), media digital telah menjadi tempat baru bagi praktik keagamaan dan nilai-nilai spiritual dalam masyarakat modern. Penemuan ini sejalan dengan pendapat ini. Selain itu, seperti yang dijelaskan oleh (Manuel Castells, 2010), media berbasis jaringan mempercepat penyebaran informasi sosial dan budaya, yang memungkinkan audiens untuk lebih cepat memahami dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut. Dalam teori komunikasi massa, temuan penelitian ini sejalan dengan model dua langkah aliran yang diusulkan oleh (Paul Lazarsfeld dan Elihu Katz, 2012). Model ini memungkinkan pembuat konten bertindak sebagai opinion leader dan memediasi pesan dengan lebih efektif melalui platform digital. Dalam situasi ini, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi yang meningkatkan pengaruh sosial dalam proses komunikasi.

Diskusi / مناقشتها

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pasif masih mendominasi keterlibatan audiens terhadap konten ritual di kanal YouTube Budaya Baline Channel. Ini ditunjukkan oleh banyaknya penayangan dibandingkan dengan komentar yang rendah. Namun, adanya korelasi positif yang signifikan antara penayangan dengan tanda suka dan komentar menunjukkan bahwa, meskipun dalam jumlah terbatas, popularitas konten masih berkontribusi pada peningkatan interaksi. Hasilnya mendukung perspektif *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan pemahaman keagamaan. Tetapi keterlibatan yang terjadi dalam situasi ini lebih reseptif daripada partisipatif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media digital memungkinkan interaksi, tidak semua audiens terdorong untuk berpartisipasi secara aktif.

Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berasal dari luar, seperti kualitas visual, desain thumbnail, judul konten, dan waktu publikasi, memiliki dampak yang lebih besar daripada variabel yang berasal dari dalam, seperti durasi atau jenis ritual. Ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan media digital yang kompetitif, pendekatan penyajian konten sangat penting untuk menarik perhatian audiens. Konten yang menarik dan menarik secara emosional cenderung memiliki keterlibatan yang lebih besar.

Pitra Yajna menunjukkan performa terbaik dalam kategori konten, menurut hasil uji ANOVA. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang memiliki nilai budaya dan spiritual yang kuat lebih mampu menciptakan ikatan emosional dengan audiens. Relevansi budaya sangat penting untuk meningkatkan interaksi dan menarik perhatian, terutama dalam pelestarian tradisi melalui media digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa faktor teknis selain faktor nilai, makna, dan strategi komunikasi memainkan peran penting dalam keberhasilan konten digital. Oleh karena itu, beberapa langkah strategis untuk meningkatkan keterlibatan dan memperkuat peran YouTube sebagai media pelestarian budaya termasuk mengoptimalkan elemen visual, memilih tema yang relevan, dan memahami kebutuhan audiens.

Kesimpulan/ الخلاصة

Menurut penelitian ini, audiens lebih banyak berperan sebagai konsumen konten daripada sebagai pembicara aktif dalam diskusi. Hasilnya menunjukkan bahwa keterlibatan audiens terhadap konten ritual pada kanal YouTube Budaya Baline Channel menunjukkan pola yang cenderung pasif, dengan jumlah penayangan yang relatif tinggi, tetapi sedikit interaksi aktif, seperti komentar. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa, meskipun tidak optimal, terdapat hubungan positif antara jumlah penayangan dengan tanda suka dan komentar. Ini menunjukkan bahwa popularitas konten masih berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan. Selain itu, dibandingkan dengan durasi dan jenis video ritual, elemen luar seperti kualitas visual, desain thumbnail, judul, dan waktu publikasi terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian audiens. Uji ANOVA menunjukkan bahwa, berdasarkan kategori konten ritual, ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat keterlibatan; kategori Pitra Yajna menunjukkan performa tertinggi. Ini menunjukkan bahwa konten dengan nilai budaya dan spiritual yang kuat serta relevansi emosional lebih mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor teknis selain kekuatan pesan, relevansi budaya, dan strategi penyajian konten memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan konten digital. Oleh karena itu, optimalisasi elemen visual, pemilihan tema yang sesuai dengan kebutuhan audiens, dan penerapan strategi publikasi yang tepat adalah kunci untuk meningkatkan keterlibatan sekaligus memperkuat posisi YouTube sebagai media pelestaria.

Referensi/ المراجع والمصادر

- Anwar, S. P., Rasheed, A., & Ali, S. (2021). YouTube usage motivation among students: Uses and gratification analysis. *Global Social Sciences Review*, 6(2), 297–308. [https://doi.org/10.31703/gssr.2021\(VI-II\).32](https://doi.org/10.31703/gssr.2021(VI-II).32)
- Bauer, S., & Tian, F. (2024). Why people use social media: An investigation of engagement on an all-service platform. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2389252>
- Berger, J. (2016). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster. <https://doi.org/10.4324/9780203792154>

- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Hoover, S. M. (2018). *Religion in the media age* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315094518>
- Jenkins, H. (2018). *Convergence culture: Where old and new media collide* (Updated ed.). NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479890358.001.0001>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Khalifa, H., Samir, R., & Ebrahim, M. (2021). Uses and gratifications of YouTube platform among young children in Bahrain. *International Journal of Media and Mass Communication*, 3(2), 183–203. <https://doi.org/10.46988/IJMMC.03.02.2021.07>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.
- Lévy, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. Perseus Books.
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an age of datafication: Critical questions for media research. *Television & New Media*, 20(2), 170–183. <https://doi.org/10.1177/1527476418811118>
- Nelson-Field, K. (2019). *The attention economy and how media works*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-5314-1>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and gratifications 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Sugiyarto, E. A. (2026). Komunikasi Simbolik dalam Ritual Sedekah Laut di Pantai Kertojayan Purworejo. *Advances In Education Journal*, 2(4), 322-331.
- Sugiyarto, E. A. (2025). The Role Of Visual Communication Design Aesthetics In Increasing Consumer Purchasing Power On Social Media. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 6(03), 355-366. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2025.6.03.5198>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>
- Zagovora, O., Schwal, T., & Weller, K. (2024). Amplifying academic research through YouTube: Engagement metrics as predictors of citation impact. *Journal of Informetrics*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.12734>