



**PENGARUH KONTEN TAYANGAN *PODCAST* “DANIEL
TETANGGA KAMU” TERHADAP *PERSONAL BRANDING* DANIEL
MANANTA DI KALANGAN JEMAAT GBI SUNTER MALL**

Oleh :

Nama : Franklin Permata

NIM : 69200289

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGARUH KONTEN TAYANGAN *PODCAST* "DANIEL
TETAGGA KAMU" TERHADAP *PERSONAL BRANDING* DANIEL
MANANTA DI KALANGAN JEMAAT GBI SUNTER MALL**

Diajukan oleh :

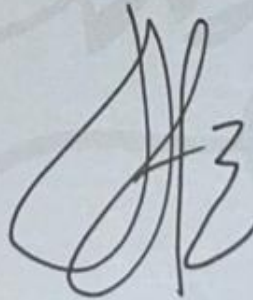
Nama : Franklin Permata

NIM : 69200289

Jakarta, 28 Februari 2024

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



(Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Franklin Permata / 69200289 / 2024 / Pengaruh Konten Tayangan *Podcast* “Daniel Tetangga Kamu” Terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di Kalangan Jemaat GBI Sunter Mall
Dosen Pembimbing : Siti Meisyaroh, S.Sos, M. Soc. Sc.

Podcast merupakan salah satu karya audio yang isinya adalah rekaman suara *host* yang berbicara sendiri atau dengan orang lain yang dibuat untuk diunggah ke berbagai *platform* online. Seiring perkembangan teknologi, *podcast* tidak hanya berbentuk audio namun juga berbentuk audio visual. Daniel Mananta adalah salah satu orang yang memanfaatkan perkembangan yang ada dengan membuat konten audio visual yakni konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” yang diunggah di Youtube. Melalui konten tersebut, Daniel Mananta terlihat seperti orang yang sangat toleran, dan suka membicarakan perjalanan spiritual setiap orang. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Stimulus Respons. Teori Stimulus Respons menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Teori ini menjelaskan bahwa suatu pesan dipersiapkan dan di distribusikan dalam skala yang luas sehingga secara serempak pesan tersebut sampai kepada orang – orang dalam kapasitas yang besar bukan per-individu. Pesan tersebut merangsang orang lain untuk pada akhirnya memberikan respons dengan cara – cara tertentu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel penelitian ini adalah Jemaat GBI Sunter Mall yang telah menonton konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu”. Total sampel yang digunakan adalah 72 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi dengan bantuan *software* SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} 7,493 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai sig. $0,000 < \alpha 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa “ada pengaruh konten tayangan *podcast* ‘Daniel Tetangga Kamu’ terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall”. Nilai koefisien determinan sebesar 0,445 yang mana hal ini menunjukkan bahwa konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” (variabel X) memberikan pengaruh terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta (Variabel Y) di kalangan jemaat GBI Sunter Mall sebesar 44,5%.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” memberikan pengaruh positif terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall.

Kata Kunci : Podcast, Konten, Personal Branding



ABSTRACT

Franklin Permata / 69200289 / 2024 / *The Influence of "Daniel Tetangga Kamu" Podcast Content on the Personal Branding of Daniel Mananta among the Congregation of GBI Sunter Mall* / Supervisor : Siti Meisyaroh, S.Sos, M. Soc. Sc.

A podcast is one form of audio content that consists of recorded voices of hosts speaking alone or with others, created for uploading on various online platforms. With technological advancements, podcasts are not only in audio form but also in audio-visual form. Daniel Mananta is one individual who takes advantage of these developments by creating audio-visual content, namely the podcast show "Daniel Tetangga Kamu", uploaded on YouTube. Through this content, Daniel Mananta appears to be very tolerant and enjoys discussing the spiritual journey of individuals. Therefore, this research aims to examine the influence of the "Daniel Tetangga Kamu" podcast content on Daniel Mananta's Personal Branding among the congregation of GBI Sunter Mall.

The theory used in this research is the Stimulus-Response theory. The Stimulus-Response theory portrays communication as a highly straightforward process of action and reaction. This theory explains that a message is prepared and distributed on a large scale, so the message simultaneously reaches people in a broad capacity, not on an individual basis. The message stimulates others to ultimately respond in certain ways.

This research employs a quantitative approach with a descriptive method. The research sample consists of members of the GBI Sunter Mall congregation who have watched the "Daniel Tetangga Kamu" podcast content. The total sample size is 72. The sampling technique used is non-probability sampling, specifically purposive sampling. Regression analysis is utilized for data analysis with the assistance of SPSS software.

Based on the results of the conducted research, it can be observed that the t-test indicates that the calculated t-value of 7.493 is greater than the tabulated t-value of 1.994, and the significance value (sig.) of 0.000 is less than the alpha (α) level of 0.05. Therefore, it can be stated that "there is an influence of the 'Daniel Tetangga Kamu' podcast content on the Personal Branding of Daniel Mananta among the congregation of GBI Sunter Mall". The coefficient of determination is 0.445, indicating that the "Daniel Tetangga Kamu" podcast content (variable X) has an influence on the Personal Branding of Daniel Mananta (Variable Y) among the congregation of GBI Sunter Mall by 44.5%.

The conclusion drawn from this research is that the "Daniel Tetangga Kamu" podcast content influences the Personal Branding of Daniel Mananta among the congregation of GBI Sunter Mall.

Keywords : Podcast, Content, Personal Branding



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena oleh kemurahan dan anugerah-Nya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah yang berjudul Pengaruh Konten Tayangan *Podcast* “Daniel Tetangga Kamu” Terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di Kalangan Jemaat GBI Sunter Mall. Penelitian ini adalah langkah terakhir dalam proses yang peneliti harus lewati untuk mendapatkan gelar sarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Melalui penelitian ini, peneliti dapat menerapkan teori yang selama ini telah peneliti pelajari dalam perkuliahan. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan yang peneliti miliki. Walaupun demikian, peneliti telah berusaha memberikan yang paling maksimal selama proses penelitian ini.

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, bantuan, saran, bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dari hati yang terdalam kepada semua pihak – pihak yang telah membantu peneliti dalam penulisan ini, yaitu kepada :

1. Orang Tua dan seluruh keluarga peneliti yang selalu mengerti keadaan peneliti dan mendukung baik secara moral maupun melalui materiil selama proses studi yang peneliti jalankan.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms) dan seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan banyak bantuan untuk menyelesaikan studi yang peneliti ambil.
3. Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc. selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, banyak meluangkan waktu, memberikan saran dan kritik yang membangun untuk peneliti sehingga akhirnya penelitian ini bisa selesai.



4. Teman – teman peneliti dari komunitas Generation Of Change yang selalu memberikan semangat dan menguatkan peneliti di saat kehilangan motivasi. Terima kasih karena sudah mewarnai hari – hari peneliti.
5. Clara Frameta dan David Wirawan selaku mentor peneliti yang selalu membimbing dan memberikan kritik dan saran yang membangun, serta menyemangati hidup peneliti. Terima kasih sudah selalu hadir membimbing hidup peneliti.
6. Teman – teman terdekat peneliti selama berkuliah yakni TOPTEN. Terima kasih karena sudah berjuang bersama – sama dengan peneliti selama hampir 4 tahun ini.
7. Daniel Mananta, pemilik dari konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu”. Terimakasih karena sudah menginspirasi hidup peneliti.
8. Berbagai pihak yang tidak dapat peneliti tulis satu per satu, yang telah banyak membantu peneliti dengan berbagai bantuan dan dukungannya selama ini.
9. Dan pastinya yang terakhir kepada Tuhan Yesus Kristus yang tidak pernah meninggalkan hidup peneliti dan selalu menyertai perjalanan kuliah peneliti dari semester awal hingga saat ini.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun. Semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat dan berkat bagi pembaca serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jakarta, 07 Februari 2024

Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Identifikasi Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teoritis	15
1. Teori Stimulus – Respons (S-R).....	15
2. Komunikasi Massa	16



3. <i>Social Media</i> (Media Sosial)	17
4. Konten Tayangan <i>Podcast</i>	20
5. <i>Personal Branding</i>	23
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Variabel Penelitian	30
1. Variabel Bebas (<i>independent variabel</i>)	30
2. Variabel Terikat (<i>dependent variabel</i>)	30
D. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Studi Kepustakaan	34
2. Kuesioner.....	34
3. Dokumentasi.....	35
E. Teknik Pengambilan Sampel	35
F. Teknik Analisis Data	37
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	37
2. Uji Validitas.....	38
3. Uji Reliabilitas.....	38
4. Uji Asumsi Dasar	39
5. Analisis Regresi.....	40

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
---	----



A. Gambaran Umum	44
1. Konten Tayangan <i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	44
B. Hasil Penelitian.....	49
4B.1 Profil Responden.....	49
4B.2 Pra Kuesioner.....	52
4B.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Keseluruhan.....	57
4B.4 Analisis Data	76
C. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	91
A. Simpulan.....	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	96

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1.2	Diagram Pendengar <i>Podcast</i> di Inggris Tahun 2019	4
Gambar 1.3	Diagram Pendengar <i>Podcast</i> di Swedia Tahun 2019	5
Gambar 1.4	Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	6
Gambar 1.5	<i>Channel</i> Youtube Daniel Mananta Network	8
Gambar 1.6	Beberapa Video di <i>Channel</i> Youtube Daniel Mananta Network	9
Gambar 1.7	Episode Daniel Tetangga Kamu Bersama Ustadz Abdul Somad	10
Gambar 1.8	Episode Daniel Tetangga Kamu Bersama Pendeta Juan Mogi	10
Gambar 1.9	Profil Instagram Daniel Mananta	12
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1	<i>Channel</i> Youtube Daniel Mananta Network	45
Gambar 4.2	<i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” di Spotify	45
Gambar 4.3	<i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” di Youtube	46
Gambar 4.4	Konten <i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dengan Marcell Siahaan	47
Gambar 4.5	Konten <i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dengan UAS	47
Gambar 4.6	Konten <i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dengan Gisella Anastasia	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Variabel Indikator.....	31
Tabel 3.2 Skor Penilaian Kuesioner	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Umur Responden.....	50
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4 Responden yang menyaksikan konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Konten Tayangan <i>Podcast</i> (Variabel X)	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner <i>Personal Branding</i> (Variabel Y)	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner	57
Tabel 4.8 Saya memperoleh pengetahuan baru melalui konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	58
Tabel 4.9 Saya mendapatkan pengajaran tentang iman melalui obrolan dengan narasumber dalam konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	59
Tabel 4.10 Saya belajar tentang iman dari cerita narasumber dalam konten tayangan <i>Podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	59



Tabel 4.11 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” memberikan informasi terkait iman.....	60
Tabel 4.12 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” selalu membahas suatu informasi dengan utuh.....	61
Tabel 4.13 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” selalu membahas informasi ter-update	62
Tabel 4.14 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” memberikan tayangan yang menghibur	62
Tabel 4.15 Terdapat obrolan seputar iman dengan cara yang seru pada konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	63
Tabel 4.16 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dapat menjadi tontonan di saat luang.....	64
Tabel 4.17 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dapat menambah kepercayaan masyarakat mengenai informasi yang dibahas di dalam konten	65
Tabel 4.18 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” dapat memperkuat iman seseorang	65
Tabel 4.19 Konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu” terus ditonton oleh masyarakat.....	66
Tabel 4.20 Daniel Mananta memiliki pembawaan yang unik pada saat menjadi <i>host</i>	67



Tabel 4.21 Daniel Mananta merupakan orang yang sangat toleran	68
Tabel 4.22 Daniel Mananta suka membahas hal – hal dari kacamata iman	69
Tabel 4.23 Pembawaan Daniel Mananta sebagai <i>host</i> cocok untuk semua kalangan	70
Tabel 4.24 Sikap toleransi yang dimiliki Daniel Mananta disukai masyarakat Indonesia	71
Tabel 4.25 Daniel Mananta selalu membahas hal – hal yang <i>relateable</i> dengan kehidupan	72
Tabel 4.26 Daniel Mananta selalu totalitas ketika menjadi seorang <i>host</i>	73
Tabel 4.27 Daniel Mananta selalu bersikap toleran kepada siapapun	74
Tabel 4.28 Daniel Mananta selalu membahas hal yang berkaitan dengan iman melalui konten tayangan <i>podcast</i> “Daniel Tetangga Kamu”	75
Tabel 4.29 Hasil Uji Statistik Deskriptif	76
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Data Konten Tayangan <i>Podcast</i> (X).....	78
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Data <i>Personal Branding</i> (Y)	80
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	82
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.34 Hasil Uji Linieritas	83
Tabel 4.35 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	84
Tabel 4.36 Hasil Uji t	85



Tabel 4.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi 86

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 DATA INFORMASI JEMAAT GBI SUNTER MALL.....	96
LAMPIRAN 2 BUKTI PENYEBARAN KUESIONER KEPADA JEMAAT GBI SUNTER MALL DI GROUP DAN PERSONAL CHAT WHATSAPP.....	97
LAMPIRAN 3 KUESIONER PENELITIAN	99
LAMPIRAN 4 HASIL Uji VALIDITAS PRA KUESIONER.....	105
LAMPIRAN 5 HASIL Uji RELIABILITAS PRA KUESIONER	107
LAMPIRAN 6 HASIL Uji VALIDITAS KUESIONER.....	108
LAMPIRAN 7 HASIL Uji RELIABILITAS KUESIONER	111
LAMPIRAN 8 HASIL Uji STATISTIK DESKRIPTIF	112
LAMPIRAN 9 HASIL Uji NORMALITAS	113
LAMPIRAN 10 HASIL Uji LINIERITAS.....	114
LAMPIRAN 11 HASIL Uji REGRESI LINIER SEDERHANA.....	115