



ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online); 2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Pengaruh Viewer Dan Subscriber Terhadap Pendapatan Youtuber Indonesia

Muhammad Faisal Bachmid¹, Indrawati Yuhertiana²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 Juni 2023

Accepted 15 Juni 2023

Published 20 Juni 2023

Email Author:

mfaislbachmid@gmail.com

yuhertiana@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of viewers and subscribers on the income of Indonesian YouTubers. The data collection techniques in this research are documentation and literature study, this research method is quantitative. Sampling in this study used non-probability sampling with a purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 98 Indonesian YouTubers registered on the socialblade.com site. Hypothesis testing was carried out using the WarpPLS version 7.0 application. The results of this study indicate that viewers have a significant positive effect on the income of Indonesian YouTubers and subscribers have a positive effect on the income of Indonesian YouTubers, but not as large as the audience (viewers). From this study, it is hoped that future researchers can add variables related to the topic of YouTubers and can also increase the sample used to make it better and more accurate.

Keyword: *Youtuber Revenue, Viewer, Subscriber, YouTube, Social Media*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh viewer dan subscriber terhadap pendapatan youtuber Indonesia. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dokumentasi dan studi kepustakaan, Metode penelitian ini yaitu kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebesar 98 youtuber Indonesia yang terdaftar pada situs socialblade.com. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan aplikasi WarpPLS versi 7.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa viewer memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia dan subscriber memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia, namun tidak sebesar audiens (*viewer*). Dari penelitian ini diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang berkaitan dengan topik youtuber dan juga dapat menambah sampel yang digunakan agar lebih baik dan akurat.

Kata Kunci: *Pendapatan Youtuber, Viewer, Subscriber, YouTube,*

PENDAHULUAN

Era Digital yang digunakan untuk menggambarkan kemunculan teknologi digital, web, dan komputasi yang tersedia di dunia (Widjanarko dan Yuhertiana, 2022). Salah satunya yaitu media social. Media social merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan sebagai komunikasi, menonton sesuatu, sumber informasi, dan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan. Menurut Fadillah et. al (2019) sosial media merupakan tempat dimana para penggunanya dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, dan ide yang baru. Media social yang dapat menghasilkan salah satunya yaitu YouTube. Menurut Ginting (2022) dalam situs itbi.ac.id mengemukakan bahwa youtube merupakan salah satu social media yang penggunanya dapat mengunggah, menonton dan membagi video tersebut.

Menurut Dr. Rulli Nasrullah (2017) Youtube adalah media sosial berbasis internet yang berisikan konten video, dalam media tersebut pengguna dapat memberikan informasi atau video dengan cara membuat channel. Dari tiap channel dapat mengunggah video dengan berbagai macam jenis konten. Begitu juga menurut Putra (2019:264) menegaskan bahwa pada dasarnya, Youtube merupakan website yang dapat memfasilitasi para penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video yang mereka miliki.

Menurut penelitian Han (2020) youtube memberikan kesempatan kepada para penggunanya. Yang pertama youtube dapat membuat orang biasa menjadi selebriti (Johnston, 2021). Contohnya Windah Basudara, Windah Basudara adalah orang yang awalnya bekerja di perhotelan, dan menjadi terkenal ketika membuat video bermain game dan di unggah kedalam Youtube. Yang kedua dengan berkembang, banyak pengguna youtube, terutama mereka yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang besar, mereka mulai mengembangkan pendekatan baru dengan mencoba menghasilkan uang dari video mereka (Abed et al., 2017; AlHijjawi, 2017). Begitu juga menurut (DN dan Okta, 2021) yang mengemukakan bahwa pemanfaatan Youtube sebagai media promosi, penghasilan tambahan, dan sosialisasi informasi dapat dilakukan setiap saat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal tersebut memungkinkan untuk pengguna youtube menghasilkan pendapatan yang besar dengan menggunakan strategi tertentu.

Begitu juga menurut Harian Metro (2020) dalam penelitian Ahmad et.al. (2022) “Youtube dapat dijadikan pilihan sebagai sumber pendapatan”. Pernyataan diatas didukung oleh pernyataan dari pihak Youtube bahwa mereka memonetisasi atau membayar kepada para pembuat konten yang ada di Youtube (Youtubers) pada tahun 2018. Begitu juga menurut Astari (2021) seorang youtuber harus memiliki strategi tertentu untuk menarik perhatian viewer agar memiliki nilai manfaat yang didapatkan oleh para viewer tersebut, karena seorang penonton (viewer) akan menonton video tersebut apabila memiliki manfaat, pengetahuan baru, dan informasi terbaru

Penjelasan diatas didukung oleh pihak youtube yaitu menurut Supportgoogle (2023) mengemukakan bahwa, penghasilan di youtube pada umumnya disebutkan sebagai monetisasi. Untuk menghasilkan uang di Youtube para konten kreator youtube (Youtuber) harus memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Youtube antara lain: (1) mengikuti aturan dari pihak Youtube, (2) Tinggal di negara yang bekerja sama dengan Youtube, (3) Memiliki lebih dari 4,000 jam tayang (dihitung dalam 12 bulan terakhir), (4) Memiliki total 1,000 Subscribers, dan (5) Memiliki akun Google AdSense. Dari 5 ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Youtube para konten kreator dapat menghasilkan uang dari video yang diunggah tersebut. Begitu juga menurut (Khan, 2017 dan Oh

and Syn, 2015) Youtuber adalah jika seorang berbagi video dengan tujuan jaringan sosial mereka dapat dikatakan Youtuber, namun sebaliknya jika seorang menggunakan Youtube untuk tujuan mempromosikan produk kepada penonton, mereka tidak dapat dikatakan Youtuber, melainkan pemasar digital.

Menurut CNN Indonesia (2022) pada survei Social Media Habit dan Internet Safety melalui aplikasi Populix mendapatkan 1023 responden mengenai persentase social media yang digunakan dalam jangka 1 bulan terakhir oleh penduduk Indonesia, pada survei tersebut menunjukkan YouTube (94%), Instagram (93%), Tiktok (63%), Facebook (59%), dan Twitter (54%). Selain itu dari survei tersebut sebesar 79% menggunakan social media untuk menikmati waktu luang dan mencari informasi atau berita terbaru. Begitu juga menurut Menurut Flynn (2023) dalam situs Zippia.com pada Gambar 9 dapat dilihat bahwa, Indonesia merupakan negara ke 3 yang memiliki penonton terbanyak di dunia. Dari kedua data diatas dapat disimpulkan bahwa dengan banyaknya pengguna dan penonton Youtube yang ada di Indonesia, maka dari itu muncul pertanyaan berapakah penghasilan yang didapatkan oleh Youtuber Indonesia.

Penelitian ini menjadi penting karena, menurut Afifah (2021) pada berita Tagar Indonesia mengenai survei First Choice yang dilakukan oleh Samsung, responden pada survei tersebut berjumlah 1,000 anak dengan rentang usia 6 sampai 17 tahun, sebanyak 34,2 persen menyebut ingin menjadi seorang YouTuber, sementara yang mau menjadi blogger 18% dan vlogger 10%. Menurut berita tersebut terdapat beberapa masalah yang dialami youtuber pemula, yaitu ingin yang instan atau ingin cepat sukses, tidak memikirkan target audiens untuk konten yang dibuat, tidak membuat rencana konten yang pasti, tidak memanfaatkan algoritma youtube dengan benar, dan hanya berfokus pada visual seperti video yang bagus.

Menurut Youtube (2023) menyatakan bahwa seorang youtuber harus berusaha untuk membuat video yang bagus dan juga untuk membangun komunitas yang terlibat setia dengan youtuber tersebut sebelum mendapatkan penghasilan dari youtube dari video mereka. Seorang audiens (*viewer*) yang setia atau selalu menonton video youtuber tersebut dapat mempengaruhi pendapatan youtuber itu sendiri karena, dengan menyaksikan video yang diunggah oleh youtuber tersebut maka, dengan begitu youtuber dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal dengan audiens yang selalu menonton videonya. Begitu juga seorang yang awalnya audiens (*viewer*) melakukan subscribe terhadap suatu channel youtube, maka audiens (*viewer*) tersebut dikatakan sebagai *subscriber*. *Subscriber* menjadi pertimbangan bagi pihak pengiklan untuk menaruh iklannya di channel youtuber tersebut, semakin besar subscriber maka semakin banyak pengiklan untuk menaruh iklannya di channel tersebut.

Penelitian mengenai pendapatan youtuber telah dilakukan, pertama penelitian yang dilakukan oleh Han (2020). Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independennya views, subscriptions, comment rate, attitude expression dan age dan untuk variabel dependennya pendapatan tahunan Youtuber. Hasil penelitian ini adalah Pertama, views sangat berpengaruh terhadap pendapatan tahunan yang diterima oleh Youtuber tersebut. Kedua, subscriptions tidak berpengaruh terhadap Youtuber kecil melainkan hanya berpengaruh terhadap Youtuber besar (Elite Youtubers) yang sudah memiliki subscriber banyak dan jika dibandingkan dengan views pengaruh dari subscriptions tidak sebesar views.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Elango (2019). Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif dengan metode deskriptif komparatif. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independennya views dan untuk variabel dependennya pendapatan Youtuber. Hasil penelitian ini adalah perbandingan 2 video dengan jumlah views yang berbeda, pada video pertama

dengan jumlah views 20.000 per hari dan persentase viewer mengklik video tersebut sebesar 25% maka pendapatan yang didapatkan sebesar Rp 109,388 sampai dengan Rp182,262 per harinya, begitu juga untuk video kedua dengan jumlah views 50.000 per hari dan persentase viewer mengklik video tersebut sebesar 50% maka pendapatan yang didapatkan sebesar Rp1,093,117 sampai dengan Rp1,821,862. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa viewer berpengaruh terhadap pendapatan youtuber jika menggunakan metode yang tepat dalam mengunggah video ke Youtube.

METODE

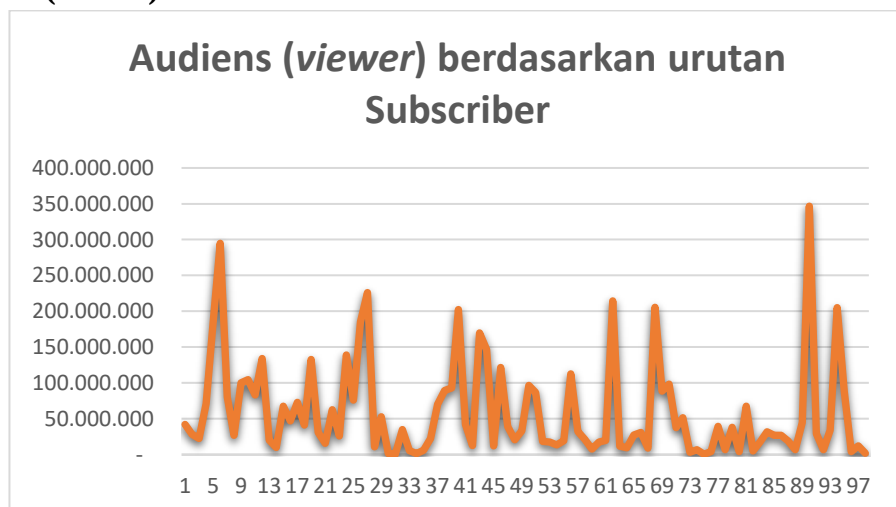
Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16) yaitu metode penelitian kuantitatif, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2018:57) objek penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu viewer dan Subscriber melalui situs socialblade.com.

Menurut Sugiyono (2019: 193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari situs socialblade.com berupa total view, total subscriber, dan total pendapatan pada kurun waktu 1 – 31 Maret 2023. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik purposive sampling. Populasi pada penelitian ini sebesar 4,561 youtuber Indonesia berdasarkan data yang ada di situs socialblade.com dan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 98 youtuber Indonesia dengan menggunakan rumus slovin. Menurut Sudaryono (2018:219) Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku, film dokumenter, data penelitian yang relevan. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi WarpPLS versi 7.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

1) Audiens (Viewer)



Gambar 1 Grafik Audiens (viewer) berdasarkan urutan Subscriber

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan grafik diatas youtuber Indonesia dengan jumlah audiens (viewer) terbanyak yaitu Klara Tania (urutan ke-90) dengan total audiens (viewer) 346.657.617 dan youtuber Indonesia dengan viewer terendah yaitu Kemas pake Z (urutan ke-98) dengan total audiens (viewer) 532.676, selain itu nilai rata – rata pada data viewer sebesar 59.620.679. Pada data penelitian ini dapat dilihat bahwa Klara Tania youtuber yang bergerak sebagai individu dapat memiliki jumlah audiens (viewer) terbanyak di Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena, konten yang diberikan oleh Klara Tania sangat disukai oleh para audiens (viewer) dan juga konten yang diberikan oleh Klara Tania memiliki manfaat dan juga ilmu yang banyak.

Seorang youtuber dapat memperbanyak audiens (viewer) dengan beberapa carayaitu: yang pertama, youtuber dapat membuat thumbnail (tampilan video sebelum diklik) yang menarik perhatian audiens (viewer) yang kedua, youtuber dapat membuat judul video yang menarik agar seorang audiens (viewer) tertarik untuk mengklik video youtuber tersebut, yang ketiga, youtuber dapat membuat tagline (kata kunci) yang banyak sesuai dengan topik konten video youtuber tersebut.

2) Subscriber



Gambar 2 Grafik Urutan Subscriber dari yang terkecil sampai terbesar

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan grafik diatas youtuber Indonesia dengan subscriber terbanyak yaitu Ria Ricis (urutan pertama) dengan total subscriber 31.000.000 dan youtuber Indonesia dengan subscriber terendah yaitu Hi Patrick (urutan terakhir) dengan total subscriber 6.930.000, selain itu nilai rata – rata pada data subscriber sebesar 12.053.367. Pada data penelitian ini dapat dilihat bahwa terdapat beberapa youtuber Indonesia yang bergerak sebagai perusahaan seperti, Indosiar, Trans 7 Official, Trans TV Official, RCTI, dan SCTV. Youtuber Indonesia yang bergerak sebagai perusahaan tidak menempati posisi pertama berdasarkan subscriber, namun youtuber Indonesia yang menempati posisi pertama yaitu youtuber yang bergerak sebagai Individu.

Rans Entertainment merupakan youtuber Indonesia yang awalnya bergerak sebagai individu, namun seiring perkembangan waktu Rans Entertainment menjadi youtuber Indonesia bergerak sebagai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena, Rans Entertainment dapat melihat peluang bisnis yang lebih besar, maka dari itu Rans Entertainment menjadikan youtube

channelnya bergerak sebagai perusahaan.

3) Pendapatan Youtuber Indonesia



Gambar 3 Grafik Pendapatan Youtuber Indonesia berdasarkan urutan *Subscriber*

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan grafik diatas youtuber Indonesia dengan jumlah Pendapatan terbanyak yaitu Klara Tania (urutan ke-90) dengan total pendapatan 1.271.889.000 dan youtuber Indonesia dengan pendapatan terendah yaitu Kemas pake Z (urutan ke-98) dengan total pendapatan 1.951.110, selain itu nilai rata – rata pada pendapatan sebesar 212.159.606. Pada data penelitian ini dapat dilihat bahwa Klara Tania memiliki pendapatan yang besar, karena jumlah audiens (viewer) yang dimiliki Klara Tania sangat besar. Hal tersebut dapat terjadi karena, setiap 1.000 audiens (viewer) dikalikan dengan \$0.25 samapai dengan \$4.00 dollar.

Analisis Metode Pengukuran (*Outer Model*)

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Menurut Ghozali dan Latan (2020:147), validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Rule of Thumb yang digunakan untuk validitas konvergen yaitu Loading Factor > 0.70 dan Average Variance Extracted (AVE) > 0.50.

Tabel 1 Nilai *Loading Factor*

	X1	X2	Y
Viewer	1.000		
Subscriber		1.000	
Pendapatan			1.000

Sumber: *Output WarpPLS 7.0*

Tabel 2 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	AVE
Viewer	1.000
Subscriber	1.000
Pendapatan	1.000

Sumber: *Output WarpPLS 7.0*

Dari kedua tabel diatas dapat dilihat bahwa masing – masing variabel penelitian memiliki nilai loading factor > 0.70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) $> 0,50$. Maka masing – masing variabel tersebut dapat dinyatakan baik dan valid untuk digunakan pada analisis lebih lanjut.

2) Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Menurut Ghazali dan Latan (2020:147), validitas diskriminan ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Untuk mengukur validitas diskriminan cross loading untuk setiap variabelnya > 0.70 . Validitas diskriminan dapat diuji dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dalam model.

Tabel 3 Nilai Validitas Diskriminan

	X1	X2	Y
Viewer	1.000	0.173	0.973
Subscriber	0.173	1.000	0.188
Pendapatan	0.973	0.188	1.000

Sumber: *Output WarpPLS 7.0*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai cross loading untuk setiap variabelnya laten lebih besar disbanding variabel lainnya. Setiap variabel diatas memiliki nilai cross loading > 0.70 , dapat dikatakan model baik dan valid karena, memenuhi nilai validitas diskriminan.

3) Composite Reliability (Cronbach's Alpha)

Menurut Ghazali dan Latan (2020:67), uji reliabilitas untuk mengukur nilai sesungguhnya dari suatu konstruk. Rule of Thumb untuk mengukur Composite Reliability > 0.70 dan Cronbach's Alpha > 0.70 .

Tabel 4 Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Audiens (Viewer)	1.000	1.000	Sangat Reliable
Subscriber	1.000	1.000	Sangat Reliable
Pendapatan Youtuber Indonesia	1.000	1.000	Sangat Reliable

Sumber: Output WarpPLS 7.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha sebesar 1.000. Nilai tersebut telah memenuhi syarat Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yaitu sebesar > 0.70 , maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

1) Koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dan Latan (2020:67), inner model atau model struktural menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dikatakan kuat jika (0.75), dapat dikatakan moderat (0.50) dan dapat dikatakan lemah (0.25).

Tabel 5 Nilai R-Squared atau R^2

	R- Squared	Adj. R-Squared
Y	0.950	0.949

Sumber: Output WarpPLS 7.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R-Squared untuk variabel dependen sebesar 0.950 (95%). Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh variabel independen viewer dan subscriber mempengaruhi variabel dependen pendapatan youtuber sebesar 95% dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

2) Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Menurut Menurut Hair et al. (2019: 781-782), koefisien jalur memiliki nilai standar kira-kira antara -1 dan +1. Koefisien jalur yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat. Koefisien jalur yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat. Semakin dekat koefisien yang diperkirakan ke 0, semakin lemah hubungan atau tidak ada.

Tabel 6 Nilai Koefisien Jalur

	Koefisien Jalur
$X1 > Y$	0.968
$X2 > Y$	0.029

Sumber: Output WarpPLS 7.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien jalur terbesar yaitu variabel audiens (viewer) (X1) sebesar 0.968. Kemudian nilai terendah yaitu variabel subscriber (X2) sebesar 0.029. Nilai koefisien jalur masing – masing variabel memiliki angka yang positif, hal tersebut menunjukkan semakin besar nilai variabel independent terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen tersebut.

Uji Hipotesis

Menurut Ghozali dan Latan (2020:147), uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai tstatistik dibandingkan dengan nilai ttabel = 1,96 pada tingkat signifikansi pvalue = 0,05. Dengan begitu jika nilai pvalue < 0.05 maka hipotesis diterima, namun jika nilai pvalue > 0.05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 7. Nilai P – Value

	P – Value	Hasil
X1	0.001	Diterima
X2	0.387	Ditolak

Sumber: *Output WarpPLS 7.0*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- Hipotesis pertama untuk audiens (viewer) adalah (X1) mempengaruhi (Y). Nilai P – Value audiens (viewer) adalah $0.001 < 0.05$. maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa audiens (viewer) berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia. Dengan begitu hipotesis pertama diterima
- Hipotesis kedua untuk subscriber adalah (X2) mempengaruhi (Y). Nilai P – Value subscriber adalah $0.387 > 0.05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa subscriber berpengaruh positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia. Dengan begitu hipotesis kedua ditolak.

Pembahasan

1) Pengaruh Audiens (Viewer) terhadap Pendapatan Youtuber Indonesia

Audiens (Viewer) berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena, setiap 1.000 audiens (viewer) yang didapatkan dari video yang diunggah, maka youtuber tersebut mendapatkan penghasilan kisaran Rp3.682 sampai dengan Rp58.920 menurut data socialblade.com. Kisaran penghasilan youtuber tersebut ditetapkan oleh socialblade.com karena, pendapatan yang diterima oleh setiap youtuber yang dapat mengetahuinya yaitu youtuber itu sendiri melalui fitur studio.youtube.com dan pihak youtube. Namun penghasilan yang ditetapkan oleh socialblade.com telah diverifikasi pihak youtube dan kisaran pendapatan tersebut merupakan data yang valid.

Menurut Youtube (2019) audiens (viewer) merupakan aset penting bagi youtuber Indonesia, untuk mendapatkan audiens (viewer) yang banyak youtuber dapat melakukan beberapa hal berikut:

- **Membuat Thumbnail**, seorang youtuber harus membuat thumbnail yang menarik agar para audiens (viewer) tertarik untuk menonton video yang diunggah oleh youtuber tersebut.

Selain itu, thumbnail dapat mempengaruhi statistik yang ada di studio.youtube. Pada fitur youtube yaitu studio.youtube dapat dilihat perkembangan konten yang diunggah oleh youtuber tersebut sudah ditonton atau sudah diklik oleh berapa banyak audiens (viewer) dan berapa video yang sesuai dengan thumbnail youtuber tersebut karena, thumbnail yang tidak sesuai dengan isi konten yang diunggah oleh youtuber dapat menyebabkan algoritma youtube tidak merekomendasikan video yang diunggah oleh youtuber tersebut. Dengan begitu yang menonton video youtuber tersebut berkurang.

- **Judul video youtube**, seorang youtuber harus membuat judul video yang menarik perhatian para audiens (viewer) agar tertarik untuk menonton video yang telah diunggah tersebut. Selain itu, sama halnya seperti thumbnail, judul video juga dapat mempengaruhi statistik youtube yang dapat dilihat melalui fitur studio.youtube. Pada fitur tersebut judul youtube berperan sebagai SEO atau Search Engine Optimization, SEO adalah alat untuk mengoptimalkan video youtube yang telah diunggah dengan tujuan untuk membuat video dapat diakses oleh audiens (viewer). Dengan memanfaatkan alat SEO dengan baik dan cermat youtuber dapat membuat suatu video dengan audiens (viewer) yang banyak.
- **Kata Kunci**, seorang youtuber harus dapat membuat kata kunci yang menarik di setiap video yang telah diunggah tersebut. Selain itu, sama dengan 2 hal di atas yaitu kata kunci mempengaruhi statistik youtube yang dapat dilihat melalui fitur studio.youtube. Pada fitur tersebut, peran kata kunci sama dengan judul video yaitu sebagai SEO. Peran kata kunci pada SEO yaitu membuat kata kunci yang bersangkutan dengan isi video yang diunggah oleh youtuber tersebut. Dengan begitu kata kunci yang telah dimasukkan ke dalam video tersebut membuat para audiens (viewer) dapat menggunakan kata kunci tersebut untuk menemukan video yang telah diunggah oleh youtuber tersebut.

Menurut Youtube (2021b) selain beberapa cara di atas untuk mendapatkan audiens (viewer) yang banyak, audiens (viewer) merupakan tolak ukur bagi youtuber untuk mengetahui seberapa banyak pendapatan yang diterimanya. Untuk menghitung pendapatan yang diterima youtuber dapat menggunakan rumus RPM, cara menghitung RPM yaitu membagi antara estimasi pendapatan dengan total penayangan dalam jangka waktu yang sama (menurut youtube). Estimasi pendapatan mencakup pendapatan dari iklan, youtube premium, langganan (membership), super chat, dan super sticker. Perhitungan tersebut adalah pendapatan sebenarnya setelah bagi hasil dengan youtube. Maka dari itu, estimasi pendapatan adalah semua hal yang bisa mendatangkan uang dari sistemnya youtube kepada channel youtuber.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Han (2020) dan Elango (2019) yang menyatakan viewer (audiens) berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan youtuber. Selain itu menurut Elango (2019) viewer (audiens) dapat berpengaruh signifikan besar jika menggunakan metode yang tepat dalam mengunggah video ke Youtube.

2) Pengaruh Subscriber terhadap Pendapatan Youtuber Indonesia

Subscriber berpengaruh positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia. Menurut hasil penelitian Han (2020) subscriptions tidak berpengaruh terhadap Youtuber kecil melainkan hanya berpengaruh terhadap Youtuber besar (Elite Youtubers) yang sudah memiliki subscriber banyak, jika dilihat dari data penelitian top 10 youtuber memiliki viewer yang melebihi subscriber youtuber tersebut. Hal tersebut dapat terjadi karena, top 10 youtuber memiliki viewer angka yang pasti yaitu

sesuai dengan jumlah subscriber yang dimiliki youtuber tersebut.

Menurut Youtube (2021a) seorang youtuber memerlukan subscriber untuk memenuhi syarat monetisasi youtube sebesar 1.000 subscriber, selain itu subscriber diperlukan oleh youtuber untuk mendapatkan perhatian para pengiklan untuk menaruh iklannya di konten youtuber tersebut. Subscriber merupakan penonton yang setia untuk menonton setiap video yang diunggah oleh youtuber tersebut. Penonton setia melakukan subscribe ke suatu channel youtube dengan alasan sebagai berikut:

- Memiliki manfaat, seorang youtuber diharapkan untuk memiliki manfaat di setiap video yang diunggah olehnya karena, video yang memiliki manfaat membuat para audiens (viewer) melakukan subscribe terhadap channel youtuber tersebut. Misalnya konten cara memasak nasi goreng, topik konten tersebut sangat bermanfaat bagi para audiens (viewer) yang ingin mempelajari cara memasak nasi goreng. Dengan begitu para audiens (viewer) akan selalu menonton video yang telah diunggah oleh youtuber tersebut karena, masih bermanfaat bagi para audiens (viewer) tersebut.
- Menghibur atau menarik, seorang youtuber selain memiliki manfaat di setiap videonya diharapkan untuk menghibur atau membuat tertarik para audiens (viewer) yang telah menonton videonya. Dengan membuat para audiens (viewer) tertarik atau terhibur, hal tersebut membuat para audiens (viewer) nyaman atau tertarik untuk menonton video yang diunggah oleh youtuber tersebut. Dengan begitu, para audiens (viewer) akan melakukan subscribe ke youtube channel youtuber tersebut. Hal tersebut dapat terjadi karena, para audiens (viewer) tertarik atau nyaman dengan pembawaan topik konten yang diberikan oleh youtuber tersebut.

Menurut Youtube (2021a) selain alasan penonton setia ingin melakukan subscribe ke suatu channel youtube, penonton setia juga memiliki alasan untuk melakukan unsubscribe ke suatu channel youtube yaitu sebagai berikut:

- Tidak memiliki manfaat, seorang youtuber yang sudah tidak memiliki manfaat pada isi konten yang telah diunggahnya membuat para penonton setia melakukan unsubscribe. Hal tersebut dapat terjadi karena, isi konten youtuber tersebut berubah dan didalamnya tidak ada manfaat yang dapat diambil atau dipelajari oleh audiens (viewer). Misalnya, seorang youtuber A yang pada awalnya membuat konten cara menanam tanaman yang baik dan benar, kemudian youtuber A merubah isi kontennya menjadi menjahili orang atau dikenal sebagai prank. Atas dasar itu membuat penonton setia melakukan unsubscribe kepada suatu channel youtuber.
- Tidak menghibur atau menarik, seorang youtuber yang sudah tidak menghibur atau menarik pada isi konten yang telah diunggahnya membuat para penonton setia melakukan unsubscribe. Hal tersebut dapat terjadi karena, isi konten yang diberikan oleh youtuber tersebut sudah tidak menarik lagi bagi para penonton setia, selain itu pembawaan yang diberikan oleh youtuber tersebut sudah tidak menghibur atau membuat nyaman para penonton setia.

Menurut Youtube (2021b) subscriber sangat penting bagi youtuber karena, dengan memiliki subscriber yang banyak dapat membuat para pengiklan tertarik untuk menaruh iklannya didalam video youtuber tersebut. Untuk mengetahui besaran biaya yang dikeluarkan oleh pengiklan, youtuber dapat menggunakan perhitungan CPM. CPM merupakan biaya yang

dikeluarkan oleh pengiklan, bukan jumlah yang diterima youtuber per 1000 views. CPM ada 2 jenis yaitu cpm yang dibayar oleh pemasang iklan per 1000 tayang, dan cpm berbasis pemutaran. Perbedaannya yang pertama berupa teks atau gambar, dan yang kedua berupa video yang dapat diskip. Iklan yang berupa video jauh lebih mahal dibandingkan dengan iklan yang berupa teks atau gambar. Estimasi pemutaran yang dimonetisasi dihitung ketika audiens (*viewer*) melihat minimal satu tayangan iklan saat menonton salah satu video youtuber tersebut. Iklan diskip atau tidak, tidak menimbulkan masalah selama iklan tersebut muncul di video youtuber tersebut akan dihitung.

Menurut Youtube (2021b) nilai CPM tidak memiliki angka pasti, karena setiap video yang diunggah nilai CPMnya akan berbeda dan juga setiap channel youtube dengan topik konten sama nilai CPMnya tidak sama. Dengan begitu nilai CPM berubah – ubah dikarenakan beberapa alasan sebagai berikut:

- Iklan yang muncul berdasarkan lelang / bid, iklan tersebut bergantung pada musim apa yang sedang terjadi, misalnya lagi musim liburan seperti natalan dan lebaran.
- Target lokasi (penonton dari asal mana), contohnya misalkan penonton dari amerika yang memiliki CPM lebih besar dibandingkan Indonesia, hal tersebut dapat terjadi karena di Indonesia para pengiklannya hanya ingin membayarkan iklannya dengan harga yang murah.
- Format iklan, misalkan iklan video yang muncul, jenis iklan yang tidak dapat diskip pada umumnya nilai cpm yang didapat lebih tinggi.
- Jenis kontennya ramah iklan atau tidak, jika isi kontennya hanya berupa gambar yang berulang – ulang, isi konten tersebut tidak disukai oleh para pengiklan atau konten yang berisikan kekerasan yang membuat youtuber tersebut mendapatkan dolar kuning atau dapat dikatakan iklan yang harusnya muncul menjadi tidak muncul karena isi konten tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Han (2020) yang menyatakan subscriber tidak berpengaruh terhadap Youtuber kecil melainkan hanya berpengaruh terhadap Youtuber besar (Elite Youtubers).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa audiens (*viewer*) berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia, maka dari itu hipotesis pertama (H_1) diterima. Begitu juga *subscriber* berpengaruh positif terhadap pendapatan youtuber Indonesia, namun pengaruhnya tidak sebesar audiens (*viewer*), maka dari itu hipotesis kedua (H_2) ditolak. Peneliti mengharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel – variabel yang memiliki kaitan dengan topik youtuber dan juga peneliti mengharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah sampel yang digunakan agar mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.

BIBLIOGRAFI

- Abed, S. S., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2017). Social commerce adoption research from the consumer context: A literature review. In *International Journal of Business Information Systems* (Vol. 25, Issue 4). <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2017.085175>
- Ahmad, N., Saifudin, N., Salleh, N. M., Wiwattan, D., & Ngadiman, T. (2022). Pengaruh Kekerapan Menonton Youtube dan Sikap Terhadap Minat Untuk Menjadi Youtuber The Influence of Youtube Watching Frequency and Attitude towards Interest to Become a Youtuber. *Online Journal for Tvet Practitioners*, 7(1), 95–101. <http://publisher.uthm.edu.my/ojs/index.php/ojtp>
- ASTARI, K. (2019). *Strategi Youtuber Bengkulu Dalam Mengelola Konten Untuk Mendapatkan Penghasilan (Studi Pada Akun Youtube Channel Muhammad Rizki)*. 8(2), 1–2.

- CNN Indonesia. (2022). *Youtube Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga>
- DN, J. E. W., & Okta, J. (2021). Pemanfaatan Situs Web Youtube Sebagai Wahana Promosi Dan Sumber Pendapatan Tambahan Bagi Pemerintah Desa. *Fordicate*, 1(1), 99–108.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial least squares: konsep, metode dan aplikasi menggunakan program WARPPLS 7.0* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, P. S. B. (2022). *Sejarah Youtube Dan Mengenal Pendiri Youtube, Platform Berbagi Video Terbesar Di Dunia*. <https://tis1.itbi.ac.id/sejarah-youtube-dan-mengenal-pendiri-youtube-platform-berbagi-video-terbesar-di-dunia/#:~:text=Youtube pertama kali didaftarkan secara,Karim yang memprakarsai berdirinya Youtube>
- Hair, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European Journal of Marketing*, 53. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2018-0665>
- Harian Metro. (2020). *YouTube jadi pilihan jana wang*. <https://www.hmetro.com.my/itmetro/2020/07/595805/youtube-jadi-pilihan-jana-wang>
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Oh, S., & Syn, S. Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(10). <https://doi.org/10.1002/asi.23320>
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2.
- Sugiyono. (2018). Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D. In *Alfabeta Bandung*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2019). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Bandung Alf*.
- Supportgoogle. (2023). *Ringkasan & persyaratan kelayakan Program Partner YouTube*. <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=id>
- Widjanarko, A. R. W., & Yuhertiana, I. (2022). Analisis Pemanfaatan E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19 pada UMKM Db Wood Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1556. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2574>
- Youtube. (2019). *Bagaimana Cara Kerja Youtube agar Banyak Viewer? Ini dia!* <https://www.youtube.com/watch?v=LWsb0UldBsY>
- Youtube. (2021a). *Dari Pada Sub4Sub Mending Pake Cara Ini - Amanah - Alami*. <https://www.youtube.com/watch?v=TJT5f4KPiw4>
- Youtube. (2021b). *Ternyata Segini Pendapatan Youtuber Per 1000 Views - Miris!* <https://www.youtube.com/watch?v=nqyG9oE94Qg&t=155s>
- Youtube. (2023). *Pengantar Cara Menghasilkan Uang di YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=bIngfKyJyUw&list=PLpjK416fmKwT6ouklVuOFHmAfTIQg9uJH&index=4>

Copyright holder:

Muhammad Faisal Bachmid, Indrawati Yuhertiana (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik