

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat membuat pola konsumsi media global mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu contohnya adalah peningkatan penggunaan platform media digital video, khususnya aplikasi berbasis video *YouTube*, yang saat ini menjadi salah satu *platform* media digital paling populer di dunia. Berdasarkan laporan DataReportal (2025), *YouTube* memiliki setidaknya 2,53 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2025.

**Gambar 1**  
**Pengguna Aktif Bulanan *Youtube***



Year	YouTube Monthly Active Users
2024	2.50 billion
2023	2.70 billion
2022	2.68 billion
2021	2.5 billion
2020	2.3 billion
2019	2 billion
2018	1.8 billion
2017	1.6 billion
2016	1.5 billion
2015	1.3 billion
2014	1.1 billion
2013	1 billion
2012	700 million
2011	500 million
2010	200 million

*Sumber: Dunn, 2025*

Menurut Dunn (2025) *YouTube* memiliki lebih dari 2,5 miliar pengguna aktif setiap bulannya. Jumlah pengguna aktif telah meningkat dengan sangat pesat sejak tahun 2014 hingga 2024, *YouTube* berkembang dari 1 miliar pengguna aktif bulanan menjadi lebih dari 2,5 miliar pengguna. Persaingan antar kreator tidak hanya menuntut kreativitas dalam pembuatan konten, tetapi juga pemahaman mendalam tentang perilaku dan kepuasan penonton. *YouTube* sendiri menilai performa video berdasarkan indikator keterlibatan dan kepuasan pengguna, seperti durasi tonton (*watch time*), retensi audiens, dan tingkat interaksi (*likes*, komentar, dan berbagi). Faktor-faktor ini berperan penting dalam sistem rekomendasi *YouTube*, yang menentukan seberapa sering suatu video ditampilkan kepada pengguna lain (Mehta & Stratta, 2024).

Kepuasan penonton menjadi aspek krusial dalam menentukan keberhasilan kanal di *YouTube*. Penonton yang merasa puas cenderung menonton lebih lama dan berinteraksi bahkan kembali menonton video berikutnya. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan penurunan retensi dan keterlibatan oleh audiens, yang berdampak langsung pada performa kanal. Kotler & Keller (2016), kepuasan adalah perasaan senang maupun kecewa individu, yang diperoleh melalui membandingkan suatu hasil atau kinerja produk atau layanan yang dirasakan, dengan ekspektasi yang diharapkan. Apabila diartikan dalam konteks *YouTube* yaitu sejauh mana video yang ditonton memenuhi atau melampaui ekspektasi penonton.

*YouTube* bukan hanya platform hiburan, melainkan juga berfungsi sebagai sumber informasi, pembelajaran, dan inspirasi. Namun, peningkatan jumlah pengguna tidak selalu sebanding dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi,

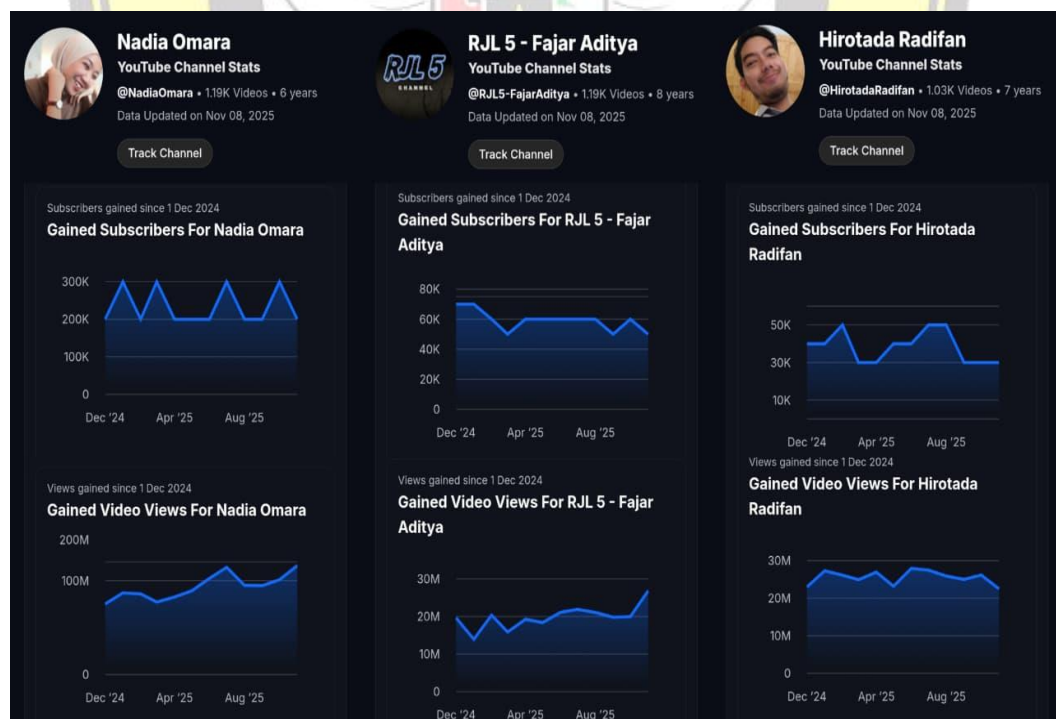
khususnya pada setiap kanal yang diikuti. Banyak kanal *YouTube* mengalami masalah seperti *engagement* rendah, penurunan durasi tonton rata-rata, dan jumlah penayangan yang tidak stabil meskipun konten diunggah secara teratur. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan penonton tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas dan daya tarik konten itu sendiri.

Salah satu jenis konten yang saat ini banyak digemari oleh pengguna *YouTube* yaitu konten informatif berbasis *storytelling* yang dikemas secara menarik. *Storytelling* atau kemampuan bercerita adalah seni menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, menggugah, dan mudah diingat. Menurut Fog, Budtz, dan Munch (2010), *storytelling* yang efektif terdiri atas tiga elemen utama, yaitu pesan, karakter, dan alur. Ketiga elemen tersebut berperan menciptakan kedekatan emosional antara pembuat cerita dan audiens, sehingga mampu memperkuat daya ingat dan persepsi positif terhadap konten. Dalam konteks digital, *Storytelling* bukan sekadar cara menyampaikan informasi, tetapi juga strategi membangun pengalaman emosional yang membuat penonton merasa terhubung dan puas.

Kualitas konten menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan penonton. Menurut Ramadhan *et al.*, (2021) kualitas konten merupakan elemen penting dalam sebuah channel *YouTube*, karena semakin baik persepsi penonton terhadap kualitas konten, semakin besar pula tingkat kenyamanan mereka dalam mengunjungi kanal tersebut. Menurut Zhu *et al.* (2023) konten berkualitas berdampak positif terhadap pengalaman pribadi pelanggan dalam aktivitas penciptaan nilai bersamaan. Dalam konteks pemasaran digital, kualitas konten juga menjadi representasi citra merek atau reputasi kreator di mata audiens.

Kepuasan penonton atau pengikut pada suatu kanal *YouTube* juga dapat dipengaruhi oleh frekuensi unggahan. Konsistensi kreator dalam mengunggah konten berperan penting dalam membangun ekspektasi dan loyalitas penonton. Menurut Setiawan *et al.* (2024) konsistensi dalam mengunggah suatu konten tidak sebatas bertujuan dalam meningkatkan visibilitas, tetapi juga menjadi strategi dalam membangun dan mempertahankan memori merek pada benak konsumen. Penonton masa kini lebih menyukai konten yang memiliki nilai emosional dan pesan yang kuat dibanding sekadar kuantitas video yang banyak, oleh sebab itu, keseimbangan antara frekuensi, kualitas, dan *Storytelling* menjadi kunci keberhasilan kanal dalam membangun kepuasan penonton yang berkelanjutan.

**Gambar 2**  
**Statistik beberapa konten kreator di YouTube**



Sumber: <https://vidiq.com/>, 2025

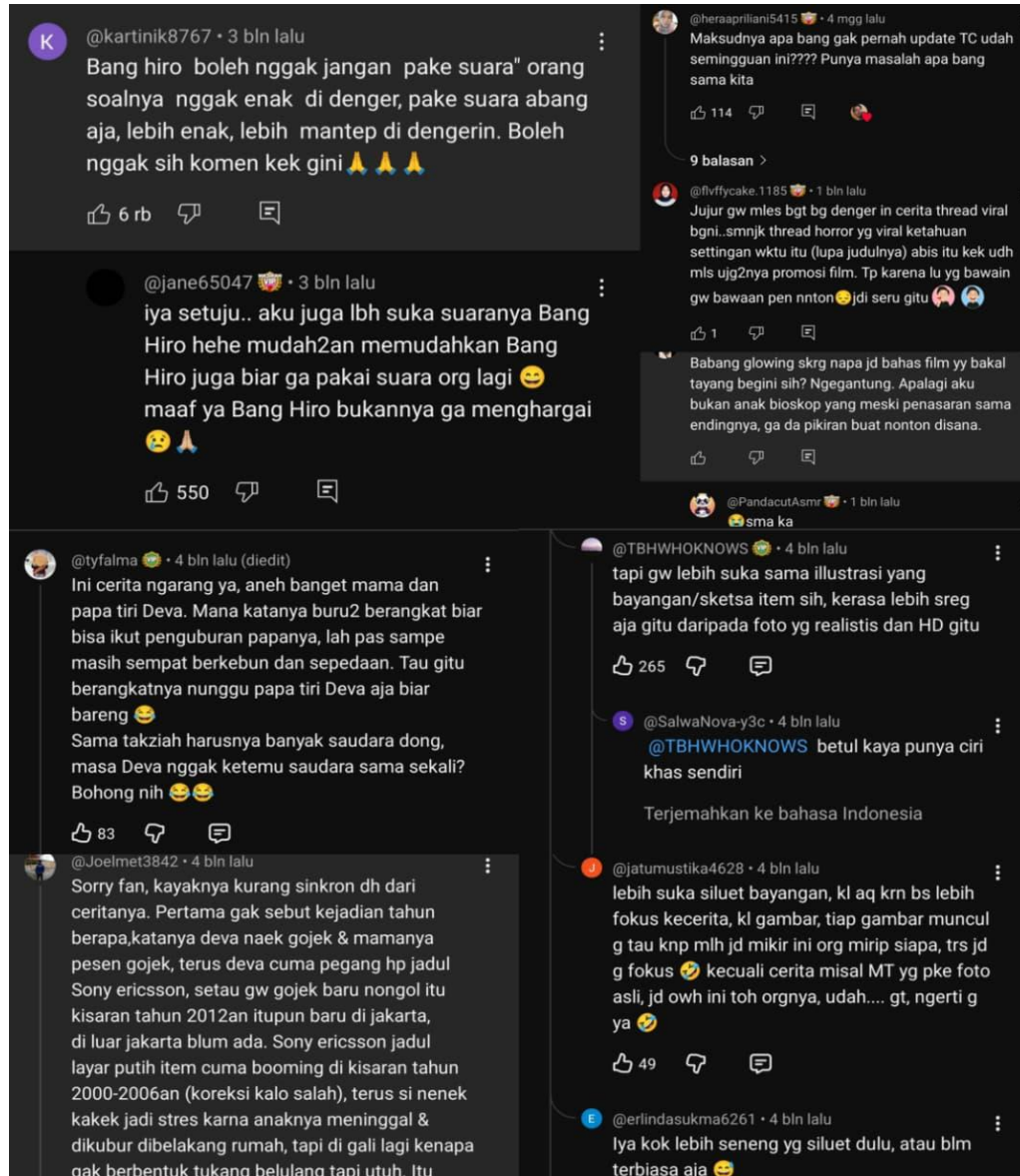
Fenomena ini tampak pada kanal *YouTube* Hirotada Radifan, seorang kreator Indonesia yang dikenal melalui konten bertema kisah nyata, horor, dan misteri dengan gaya penyampaian naratif yang khas. Meskipun kanal tersebut telah memiliki jutaan pelanggan dan ratusan juta penayangan, tingkat *engagement* dan kepuasan penonton yang diperoleh tidak selalu stabil. Kotler & Keller (2016) kepuasan penonton dapat diartikan sebagai tingkat kesenangan atau kekecewaan penonton setelah membandingkan pengalaman menonton dengan harapan mereka. Dalam konteks kanal Hirotada Radifan, kepuasan penonton belum optimal karena beberapa faktor berikut.

Berdasarkan data perbandingan statistik *YouTube* hingga November 2025, channel Nadia Omara menunjukkan performa paling unggul dengan pertumbuhan subscriber tertinggi mencapai kisaran 200-300 ribu per periode dan peningkatan views yang terus naik hingga sekitar 200 juta, menandakan daya tarik konten yang kuat dan konsisten. Channel RJL 5 - Fajar Aditya menempati posisi menengah dengan pertumbuhan subscriber stabil di kisaran 40-70 ribu dan views sekitar 20-30 juta yang menunjukkan kestabilan namun tanpa lonjakan signifikan. Sementara itu, channel Hirotada Radifan memiliki performa paling rendah dengan pertumbuhan subscriber yang fluktuatif dan cenderung menurun di kisaran 10-50 ribu serta jumlah views stagnan di sekitar 20-30 juta, mencerminkan adanya penurunan daya tarik atau kurangnya peningkatan *engagement* dibanding dua channel lainnya.



Gambar 3

## Kolom Komentar Kanal Youtube Hirotada Radifan



Sumber: [www.youtube.com/@HirotadaRadifan](http://www.youtube.com/@HirotadaRadifan), 2025

Hirotada Radifan dikenal dengan gaya bercerita naratif yang khas, tetapi tidak semua video menampilkan kekuatan storytelling yang sama. Beberapa video memiliki alur yang kuat dan membangun ketegangan emosional yang tinggi, namun, sejumlah video lain menunjukkan penurunan daya tarik narasi, hal ini dapat dilihat pada beberapa komentar dalam video yang diunggah oleh kanal

ini. Berdasarkan Fog *et al.* (2010), storytelling yang efektif membutuhkan elemen pesan, karakter, dan alur yang saling mendukung agar mampu menggugah emosi penonton. Kurangnya keseimbangan dalam penggunaan elemen ini dapat menyebabkan penurunan kepuasan penonton karena alur cerita terasa repetitif atau kurang intens.

Dari sisi teknis, beberapa video Hirotada Radifan menunjukkan penurunan kualitas visual dan audio, seperti ketidaksesuaian volume efek suara, penggunaan ilustrasi berbasis AI yang kurang realistis, serta kesalahan penyebutan nama dan tempat. Hal ini sesuai dengan temuan Ramadhan *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kualitas konten sangat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam menikmati media digital. Beberapa komentar penonton pada kolom YouTube juga menunjukkan kritik terhadap penggunaan AI art yang dinilai “kurang menyeramkan” dan “mengurangi kesan realistik”. Ketidakkonsistenan kualitas teknis ini dapat mengurangi nilai estetika dan kredibilitas kanal, yang pada akhirnya memengaruhi kepuasan penonton secara keseluruhan.

Frekuensi unggahan juga menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan penonton. Berdasarkan analisis data kanal, Hirotada Radifan tidak memiliki pola unggahan yang konsisten. Hal ini dapat mengganggu ekspektasi penonton yang menunggu jadwal rilis tertentu. Menurut Ajzen & Madden (1986), perilaku konsisten merupakan hasil dari niat dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks kreator digital, inkonsistensi jadwal unggahan dapat menurunkan tingkat *engagement* karena algoritma *YouTube* juga cenderung memprioritaskan kanal dengan aktivitas teratur. Penelitian Anandya *et al.* (2020) mendukung hal ini

dengan menunjukkan bahwa frekuensi unggahan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas serta keterlibatan audiens.

Dalam kasus ini, meskipun kanal memiliki basis penggemar besar, variasi kualitas cerita, masalah teknis, dan ketidakteraturan jadwal unggahan menyebabkan fluktuasi dalam durasi tonton, interaksi, dan tingkat retensi penonton. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan audiens tidak hanya ditentukan melalui popularitas kreator, tetapi juga oleh konsistensi dalam menghadirkan kualitas dan strategi penyajian konten yang relevan dengan kebutuhan penonton.

Dengan demikian, permasalahan utama yang terjadi dalam penelitian ini yaitu belum optimalnya kepuasan penonton kanal YouTube Hirotada Radifan, yang diduga dipengaruhi oleh penerapan storytelling, kualitas konten, dan frekuensi unggahan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan penonton serta menentukan faktor dominan yang paling memengaruhi pengalaman menonton.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas, maka skripsi ini akan mengambil judul "**Pengaruh *Storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan.**" Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh penyajian konten dapat mempengaruhi kepuasan penonton, yang diharapkan dapat membangun loyalitas dan pertumbuhan kanal.



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dirumuskan suatu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton?
2. Apakah *storytelling* dan kualitas konten berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton?
3. Apakah *storytelling* dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton?
4. Apakah kualitas konten dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton?
5. Apakah *storytelling* berpengaruh terhadap kepuasan penonton?
6. Apakah kualitas konten berpengaruh terhadap kepuasan penonton?
7. Apakah frekuensi unggahan berpengaruh terhadap kepuasan penonton?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan secara simultan terhadap kepuasan penonton
2. Untuk mengetahui pengaruh *storytelling* dan kualitas konten secara simultan terhadap kepuasan penonton
3. Untuk mengetahui pengaruh *storytelling* dan frekuensi unggahan secara simultan terhadap kepuasan penonton

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas konten dan frekuensi unggahan secara simultan terhadap kepuasan penonton
5. Untuk mengetahui pengaruh *Storytelling* terhadap kepuasan penonton
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas konten terhadap kepuasan penonton
7. Untuk mengetahui pengaruh frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan analisis dan pemahaman teoritis mengenai pengaruh *Storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton di media digital.

2. Bagi Objek Penelitian (Hirota Radifan)

Memberikan masukan strategis dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas konten berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan penonton.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian atau referensi juga menjadi sebuah nilai tambah pengetahuan ilmiah bagi program studi manajemen.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi awal untuk penelitian sejenis di masa depan, baik dengan objek, platform, atau pendekatan yang berbeda.