

Analisis Pengaruh Pemanfaatan Youtube Analytics Terhadap Pertumbuhan Channel Kreator Pemula Menggunakan Pendekatan Regresi Linier (Studi Kasus : Jombang Jawa Timur)

Dita Aisha^{1*}, Dini Kristianti², Edwin Hari Agus Prastyo³

¹ Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas PGRI Jombang, Jombang

² Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Modern Al Rifa'ie Indonesia, Malang

³ Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng, Jombang

e-mail : ¹ditaunhasy98@gmail.com, ²dinikristianti01.umain@gmail.com,

³edwinhariagusprastyo@unhasy.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan berbagai platform media sosial berbasis video, salah satunya YouTube. Platform ini tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, pemasaran, dan sumber pendapatan bagi kreator konten. Persaingan yang semakin tinggi menuntut kreator untuk memahami perilaku audiens dan performa konten secara lebih mendalam. Salah satu fitur yang disediakan oleh YouTube untuk mendukung kebutuhan tersebut adalah YouTube Analytics. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula di Kabupaten Jombang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian terdiri dari 20 kreator YouTube pemula yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan channel dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi sebesar 47,2% menunjukkan bahwa pertumbuhan channel dapat dijelaskan oleh pemanfaatan YouTube Analytics, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan data analitik membantu kreator mengambil keputusan berbasis data untuk meningkatkan performa channel secara lebih efektif.

Kata Kunci: YouTube Analytics, Kreator Konten, Pertumbuhan Channel, Regresi Linear, Sistem Informasi.

Submitted : 26 Mei 2026 | Accepted : 31 Mei 2026 | Published : 31 Mei 2026

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagi konten digital. YouTube merupakan salah satu platform berbasis video yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi, hiburan, edukasi, maupun kegiatan pemasaran digital [1].

YouTube tidak hanya menjadi media konsumsi konten, tetapi juga membuka peluang bagi individu untuk menjadi kreator konten dan memperoleh manfaat ekonomi melalui program monetisasi. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick, perkembangan platform digital telah mengubah pola pemasaran dan komunikasi sehingga individu dapat membangun audiens secara mandiri melalui media digital [2]. Fenomena tersebut mendorong munculnya banyak kreator pemula yang berusaha mengembangkan channel mereka untuk meningkatkan jumlah penonton dan subscriber.

Meningkatnya jumlah kreator menyebabkan persaingan antar channel menjadi semakin ketat. Kreator dituntut untuk memahami kebutuhan audiens agar dapat menghasilkan konten yang relevan dan menarik. Dalam konteks pemasaran digital, pengambilan keputusan yang didasarkan pada data memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas strategi dan kinerja suatu platform digital [3].

Kreator membutuhkan alat yang mampu memberikan informasi mengenai perilaku audiens dan performa konten secara akurat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, YouTube menyediakan fitur YouTube Analytics yang terintegrasi dalam YouTube Studio. Fitur ini memberikan berbagai informasi penting seperti jumlah penayangan (views), waktu tonton (watch time), tingkat retensi audiens (audience retention), sumber trafik (traffic source), serta tingkat klik tayangan (click-through rate/CTR) [4]. Informasi tersebut dapat digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan konten dan menyusun strategi pengembangan channel yang lebih efektif.

Menurut YouTube Creator Academy, kreator yang memahami dan memanfaatkan data Analytics memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan performa channel karena dapat mengetahui jenis konten yang paling diminati audiens [5]. Selain itu, penelitian Dwivedi dkk. menyatakan bahwa pemanfaatan data digital dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan efektivitas strategi pemasaran berbasis teknologi informasi [6].

Di Kabupaten Jombang, perkembangan kreator konten digital menunjukkan tren yang meningkat. Namun, masih banyak kreator pemula yang belum memanfaatkan data Analytics secara optimal dan lebih mengandalkan intuisi dalam menentukan strategi konten. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pemanfaatan YouTube Analytics berpengaruh terhadap pertumbuhan channel kreator pemula.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula pada anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi berbasis data bagi kreator konten digital untuk meningkatkan performa channel YouTube [8].

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik [9]. Pendekatan survei dipilih karena penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang yang aktif menggunakan platform YouTube. Pengambilan data dilakukan secara daring melalui grup komunikasi paguyuban dan penyebaran kuesioner kepada anggota yang memenuhi kriteria penelitian.

2.3 Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang yang memiliki channel YouTube aktif dan menggunakan fitur YouTube Analytics. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti buku, jurnal ilmiah, YouTube Creator Academy, Google Support, dokumentasi YouTube Studio, serta literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Data tersebut digunakan untuk mendukung analisis mengenai pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula.

2.4 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen adalah Pemanfaatan YouTube Analytics (X) yang diukur melalui indikator watch time, audience retention, click-through rate (CTR), traffic source, dan demografi audiens. Sedangkan variabel dependen adalah Pertumbuhan Channel (Y) yang diukur melalui pertumbuhan subscriber, views, watch time, dan engagement channel.

2.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang yang memenuhi kriteria penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi terhadap data pendukung yang diperoleh dari YouTube Studio, buku, jurnal ilmiah, serta sumber referensi lain yang relevan dengan penelitian.

2.6 Tahapan penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan meliputi:

1. Identifikasi masalah dan studi literatur terkait YouTube Analytics dan pertumbuhan channel.
2. Penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner.
3. Penentuan populasi dan sampel penelitian.
4. Pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara.
5. Pengolahan dan analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana.
6. Interpretasi hasil penelitian.
7. Penyusunan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 20 responden yang merupakan anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang dan memenuhi kriteria penelitian. Berdasarkan karakteristik responden, sebanyak 8 responden (40%) memiliki jumlah subscriber antara 500–2.000, 6 responden (30%) memiliki subscriber kurang dari 500, 4 responden (20%) memiliki subscriber antara 2.001–5.000, dan 2 responden (10%) memiliki subscriber antara 5.001–10.000. Selain itu, mayoritas responden mengunggah konten sebanyak 2–3 kali dalam satu minggu, menunjukkan adanya konsistensi dalam pengelolaan channel YouTube.

Sebelum dilakukan analisis regresi, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,444). Nilai validitas untuk variabel Pemanfaatan YouTube Analytics (X) berada pada rentang 0,698–0,789, sedangkan variabel Pertumbuhan Channel (Y) berada pada rentang 0,701–0,774. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan YouTube Analytics memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,821 dan variabel Pertumbuhan Channel sebesar 0,793. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10,235 + 0,684X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 10,235 mengindikasikan nilai pertumbuhan channel ketika variabel pemanfaatan YouTube Analytics dianggap konstan. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,684 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada pemanfaatan YouTube Analytics akan meningkatkan pertumbuhan channel sebesar 0,684 satuan.

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan channel kreator pemula. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,472 atau 47,2%. Nilai

tersebut menunjukkan bahwa 47,2% variasi pertumbuhan channel dapat dijelaskan oleh pemanfaatan YouTube Analytics, sedangkan sisanya sebesar 52,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Subscriber

Jumlah Subscriber	Frekuensi	Persentase (%)
<500	6	30
500-2.000	8	40
2.001-5.000	4	20
5.001-10.000	2	10
Total	20	100

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Upload

Frekuensi Upload	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali/minggu	7	35
2-3 kali/minggu	10	50
>3 kali/minggu	3	15
Total	20	100

Hasil penelitian membuktikan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan channel kreator pemula. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan data analitik dapat membantu kreator dalam mengambil keputusan yang lebih tepat untuk mengembangkan channel mereka. Informasi yang tersedia dalam YouTube Analytics memungkinkan kreator memahami perilaku audiens, mengevaluasi performa konten, serta mengidentifikasi strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah penonton dan subscriber.

Nilai signifikansi sebesar 0,003 menunjukkan bahwa hubungan antara pemanfaatan YouTube Analytics dan pertumbuhan channel tidak terjadi secara kebetulan. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan fitur Analytics, semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan channel yang diperoleh kreator. Hal ini terlihat dari koefisien regresi sebesar 0,684 yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Dwivedi dkk. [6] yang menyatakan bahwa pemanfaatan data digital mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam lingkungan digital. Dalam konteks YouTube, data yang disediakan melalui Analytics dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan jenis konten yang diminati audiens, waktu unggah yang optimal, serta strategi promosi yang lebih efektif.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick [2] bahwa penggunaan data dalam pemasaran digital memberikan keuntungan kompetitif karena keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang objektif dan terukur. Kreator yang memanfaatkan data Analytics secara konsisten akan lebih mudah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan konten yang dipublikasikan sehingga proses evaluasi dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 47,2% menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan channel. Meskipun demikian, masih terdapat 52,8% faktor lain yang memengaruhi pertumbuhan channel, seperti kualitas konten, kreativitas kreator, konsistensi unggahan, optimasi Search Engine Optimization (SEO) YouTube, kualitas thumbnail, serta promosi melalui media sosial. Oleh karena itu, YouTube Analytics tidak dapat menjadi satu-satunya faktor penentu keberhasilan channel, tetapi berperan sebagai alat pendukung yang membantu kreator mengambil keputusan berbasis data.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kreator pemula yang memanfaatkan YouTube Analytics dengan baik cenderung memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan performa channel dibandingkan kreator yang tidak memanfaatkan data Analytics secara optimal. Oleh karena itu, penggunaan YouTube Analytics dapat dijadikan salah satu strategi penting dalam pengembangan

channel YouTube, khususnya bagi kreator pemula yang sedang membangun audiens dan meningkatkan pertumbuhan channel mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula pada anggota Paguyuban Kreator Konten Kabupaten Jombang, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan channel. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 10,235 + 0,684X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pemanfaatan YouTube Analytics akan meningkatkan pertumbuhan channel sebesar 0,684 satuan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar **0,003**, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis penelitian (H1) diterima dan dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan YouTube Analytics terhadap pertumbuhan channel kreator pemula. Selain itu, hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar **0,472** menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube Analytics mampu menjelaskan **47,2%** variasi pertumbuhan channel, sedangkan **52,8%** sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti kualitas konten, konsistensi unggahan, optimasi SEO YouTube, kualitas thumbnail, dan strategi promosi melalui media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan YouTube Analytics dapat membantu kreator memahami perilaku audiens, mengevaluasi performa konten, serta mengambil keputusan berbasis data untuk meningkatkan perkembangan channel. Oleh karena itu, pemanfaatan YouTube Analytics dapat dijadikan salah satu strategi penting bagi kreator pemula dalam mengembangkan channel YouTube secara lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] YouTube, "About YouTube," YouTube Official Website, 2024.
- [2] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 8th ed. Harlow, UK: Pearson Education, 2022.
- [3] P. Kotler, K. L. Keller, and A. Chernev, *Marketing Management*, 16th ed. New York, NY, USA: Pearson, 2022.
- [4] Google Support, "Get Started with YouTube Analytics," Google Support Documentation, 2024.
- [5] YouTube Creator Academy, "Understanding YouTube Analytics," Google, 2024.
- [6] Y. K. Dwivedi et al., "Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions," *International Journal of Information Management*, vol. 59, pp. 1–37, 2021.
- [7] T. L. Tuten and M. R. Solomon, *Social Media Marketing*, 4th ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2023.
- [8] B. Marr, *Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data, Analytics and Artificial Intelligence*. London, UK: Kogan Page, 2022.
- [9] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2022.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2023.