

## Analisis Strategi Komunikasi dalam Mendapatkan Subscriber pada Channel YouTube

Kendi Wikasa Tikta<sup>1</sup>, Muhammad Adi Pribadi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: kendi.915210244@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*

Email: : adip@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

### Abstract

*In today's digital era, internet access has become a vital necessity for society. By 2024, the number of internet users in Indonesia is projected to exceed 221 million. YouTube has emerged as one of the most influential social media platforms in the world, with over 2.49 billion active users each month. The YouTube channel Kata Alfa Shorts stands as a successful example of attracting a large audience through science-related content. This achievement is reflected in its subscriber count, which reached 434,000 in 2024, supported by effective communication strategies. This study explores the communication strategies employed by the Kata Alfa Shorts channel in attracting subscribers, using the agenda-setting theory. The research adopts a qualitative method with a phenomenological approach. Informants include the channel owner and four subscribers. The findings reveal that the strategies involve careful topic selection and relationship-building with subscribers.*

**Keywords:** *communication, strategy, youtube*

### Abstrak

Dalam era digital saat ini, akses internet telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan melebihi 221 juta orang. YouTube telah menjadi salah satu platform media sosial paling berpengaruh di dunia, dengan lebih dari 2,49 miliar pengguna aktif setiap bulannya. Channel YouTube *Kata Alfa Shorts* merupakan contoh nyata keberhasilan dalam menarik perhatian penonton melalui konten-konten bertema ilmu pengetahuan. Keberhasilan ini tercermin dari jumlah pelanggan yang mencapai 434 ribu pada tahun 2024, berkat strategi komunikasi yang efektif. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh channel *Kata Alfa Shorts* dalam menarik subscriber, dengan menggunakan teori *agenda setting*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik channel dan empat orang subscriber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan meliputi pemilihan topik konten secara cermat serta penguatan hubungan dengan subscriber.

**Kata Kunci:** komunikasi, strategi, youtube

### 1. Pendahuluan

YouTube telah menjadi salah satu platform media sosial paling berpengaruh di dunia. Dengan lebih dari 2,49 miliar pengguna aktif setiap bulannya (Brian Dean, 2024), YouTube menawarkan peluang besar bagi para *content creator* untuk menjangkau audiens yang luas. Menurut Wirnany (dalam Isdiansyah, 2022), YouTube adalah platform jejaring sosial yang berfokus pada berbagi video, di mana pengguna

dapat menonton dan mengunggah berbagai jenis konten. Dengan jutaan video yang tersedia, YouTube menjadi sumber hiburan, informasi, dan edukasi yang penting bagi masyarakat.

Wursanto (dalam Febridianti, 2023) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian informasi bermakna dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai pemahaman bersama. Sementara itu, Jacka dan Scott (dalam Ridwan, 2018) menyatakan bahwa media sosial merupakan kumpulan teknologi berbasis web yang memungkinkan distribusi konten secara demokratis, di mana individu dapat membagikan dan menampilkan konten mereka sendiri, serta menjembatani komunikasi antara penerbit dan konsumen.

Menurut Hasriadi (2022), strategi adalah pendekatan atau seni dalam merancang rencana dan teknik untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi melibatkan pemikiran yang matang dan perencanaan sistematis agar langkah-langkah yang diambil dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Dalam konteks komunikasi, strategi bertindak sebagai panduan dalam pengambilan keputusan dan tindakan untuk mencapai hasil yang optimal.

Tatham (dalam Pratiwi et al., 2018) menyatakan bahwa strategi komunikasi terdiri atas rangkaian kegiatan yang terencana dan berkelanjutan, dilakukan secara sistematis dan taktis. Tujuannya adalah untuk memastikan pemahaman audiens sasaran, mengidentifikasi saluran komunikasi yang efektif, serta menyebarluaskan ide dan opini yang dapat membentuk atau mempertahankan perilaku tertentu dalam masyarakat.

Channel YouTube *Kata Alfa Shorts* merupakan contoh nyata keberhasilan dalam menarik perhatian publik melalui konten-konten bertema sains. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pelanggan yang mencapai 434 ribu pada tahun 2024. Konten yang disajikan tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur, sehingga menarik minat berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dalam era digital yang kompetitif ini, strategi komunikasi yang efektif sangat penting bagi *content creator* untuk memperoleh dan mempertahankan subscriber. Persaingan di YouTube menuntut kreator tidak hanya menciptakan konten berkualitas, tetapi juga menerapkan strategi komunikasi dan pemasaran yang inovatif.

Salah satu pendekatan teoritis yang relevan dalam konteks ini adalah teori *agenda-setting*. Teori ini menjelaskan bagaimana media massa membentuk perhatian publik terhadap isu-isu tertentu (Yunizar, 2024). Media memiliki kemampuan untuk menentukan apa yang dianggap penting oleh masyarakat dengan cara menyoroti atau mengabaikan isu tertentu. Dengan kata lain, perhatian publik sering kali dibentuk oleh fokus media.

McCombs dan Shaw (dalam West & Turner, 2017) menyatakan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mentransfer kesadaran kepada publik mengenai isu-isu tertentu. Proses ini terjadi dalam dua tingkat: pertama, tingkat media, yaitu perhatian yang diberikan media pada isu tertentu; kedua, tingkat publik, yaitu sejauh mana perhatian masyarakat mengikuti fokus media.

Menurut McCombs dan Shaw, teori ini memiliki tiga asumsi dasar:

- 1. Media menetapkan agenda**

Media tidak sekadar mencerminkan realitas, melainkan membentuk dan menyaring informasi, sehingga dapat menentukan isu mana yang layak mendapat perhatian publik.

2. **Agenda media memengaruhi agenda publik dan pengambil kebijakan**  
Fokus media terhadap isu tertentu dapat membuat publik dan pengambil kebijakan menganggap isu tersebut penting dan layak ditanggapi.
3. **Publik dan pengambil kebijakan dapat memengaruhi agenda media**  
Melalui interaksi sosial, umpan balik masyarakat, atau tekanan dari kelompok kepentingan, media dapat diarahkan untuk menyoroti isu-isu tertentu.

Dengan pemahaman ini, penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh channel *Kata Alfa Shorts* dalam menarik dan mempertahankan subscriber, menggunakan teori *agenda-setting* sebagai landasan teoritis. Peneliti ingin mengetahui Strategi Komunikasi Channel Youtube Kata Alfa Shorts dalam Mencari Subscriber.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2021), pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, memungkinkan peneliti memahami makna di balik pengalaman subjek secara mendalam. Metode fenomenologi dipilih karena bertujuan untuk memahami pengalaman langsung manusia terhadap suatu objek atau peristiwa tertentu yang muncul dalam kesadaran (Kuswarno dalam Yoedjadi, 2017). Subjek penelitian ini adalah pemilik dan empat orang subscriber channel YouTube *Kata Alfa Shorts*, sedangkan objek penelitiannya adalah channel YouTube tersebut. Data dikumpulkan melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik channel dan para subscriber, sedangkan data sekunder diperoleh dari penelusuran informasi melalui internet dan dokumen yang relevan (Sugiyono, 2016). Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara guna memperoleh informasi yang konsisten dan valid.

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Teori yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (2017) memiliki tiga asumsi dasar. Pertama, media menetapkan agenda dan dalam melakukannya tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga membentuk dan menyaring realitas untuk publik. Kedua, fokus media terhadap isu-isu tertentu akan memengaruhi agenda publik. Ketiga, publik dan pengambil kebijakan juga memiliki potensi untuk memengaruhi agenda media. Berdasarkan temuan penelitian ini, strategi komunikasi channel YouTube *Kata Alfa Shorts* dalam menarik subscriber mencerminkan ketiga asumsi tersebut, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) **Pemilihan Topik yang Menarik.** Channel *Kata Alfa Shorts* secara konsisten memilih topik yang menarik dan relevan dengan isu-isu viral, seperti fenomena sains yang sering disalahpahami. Strategi ini menunjukkan bagaimana media dapat menetapkan agenda publik melalui seleksi informasi. Misalnya, perubahan pandangan salah satu penonton, Supriadi, tentang pentingnya sinar matahari bagi mata, mencerminkan asumsi pertama dan kedua, yakni media membentuk persepsi publik dan memengaruhi agenda masyarakat.

- b) **Menggunakan YouTube Shorts.** Penggunaan fitur YouTube *Shorts* memungkinkan penyampaian informasi secara ringkas dan menarik. Hal ini memperluas jangkauan penonton dan memperkuat eksposur terhadap konten edukatif. Testimoni dari Nadiya Nirmara yang menemukan *channel* ini saat mencari informasi ilmiah menunjukkan bahwa algoritma media juga berperan dalam membentuk agenda publik, sejalan dengan asumsi pertama.
- c) **Proses Pembuatan Konten.** Konten disusun melalui proses sistematis mulai dari riset hingga publikasi. Penekanan pada validitas dan akurasi informasi menunjukkan bagaimana media menyaring dan membentuk realitas untuk disampaikan ke publik, sejalan dengan asumsi pertama teori pengaturan agenda.
- d) **Promosi Melalui Platform Lain.** Promosi di Instagram, melalui tautan di bio dan stories, menjadi strategi untuk menarik audiens baru. Hal ini memperkuat peran media dalam menetapkan agenda publik lintas platform, yang juga mendukung asumsi pertama.
- e) **Konsistensi dalam Produksi Konten.** Channel ini konsisten mengunggah sekitar 17–20 video setiap bulan. Konsistensi ini menjaga perhatian publik terhadap isu-isu sains dan mendukung pembentukan agenda melalui penyampaian informasi secara berkelanjutan, sesuai dengan asumsi pertama.
- f) **Interaksi dengan Penonton.** Strategi menarik perhatian penonton dalam 3–5 detik pertama video dan menjaga kualitas visual menunjukkan pentingnya keterlibatan audiens. Hal ini sejalan dengan asumsi kedua, di mana media memengaruhi persepsi dan partisipasi publik terhadap isu yang diangkat.
- g) **Membangun Komunitas Digital.** Melalui platform Discord, channel ini menciptakan komunitas aktif yang mendiskusikan topik sains dan teknologi. Aktivitas ini memperkuat agenda publik dan meningkatkan partisipasi, sesuai dengan asumsi kedua bahwa media dapat membentuk ruang diskusi untuk memperkuat pemahaman publik.
- h) **Menjaga Relevansi Konten.** Dengan terus mengikuti tren dan fenomena lokal, channel ini memastikan kontennya tetap relevan dan mudah dipahami. Hal ini mencerminkan upaya media dalam menyaring isu-isu yang dianggap penting untuk publik, sesuai dengan asumsi pertama.
- i) **Merespons Permintaan Penonton.** Channel ini juga merespons pertanyaan dari penonton, seperti "Kenapa air laut asin?" yang kemudian dijadikan bahan konten. Ini mendukung asumsi ketiga, yaitu bahwa publik dapat memengaruhi media dalam menetapkan agenda melalui interaksi dan permintaan terhadap isu-isu tertentu.

Secara keseluruhan, *Kata Alfa Shorts* berhasil mengintegrasikan strategi komunikasinya dengan prinsip-prinsip teori pengaturan agenda. Melalui pemilihan topik yang tepat, pemanfaatan fitur *Shorts*, interaksi aktif, dan partisipasi komunitas, channel ini tidak hanya menyampaikan informasi sains, tetapi juga membentuk persepsi publik serta meningkatkan kesadaran ilmiah masyarakat secara menarik dan relevan.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh channel YouTube *Kata Alfa Shorts* dalam upaya menarik subscriber dirancang secara terencana dan menyeluruh. Pertama, pemanfaatan platform YouTube *Shorts* sebagai media utama terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui fitur video berdurasi pendek, channel ini mampu menyebarkan informasi secara cepat dan menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menghibur, sehingga menciptakan daya tarik kuat bagi penonton. Kedua, pemilihan topik yang relevan dan menarik menjadi kunci keberhasilan channel ini. Dengan mengangkat fenomena sains yang kerap disalahpahami dan mengaitkannya dengan isu-isu viral, *Kata Alfa Shorts* berhasil mengedukasi sekaligus membangun kesadaran kritis di kalangan audiens. Proses pembuatan konten yang sistematis—mulai dari riset, penulisan naskah, produksi, hingga pengunggahan—menunjukkan komitmen channel terhadap penyampaian informasi yang akurat dan mudah dipahami.

Selanjutnya, strategi promosi lintas platform, seperti melalui Instagram, turut mendukung peningkatan visibilitas dan jangkauan konten. Penempatan tautan yang strategis serta pemanfaatan data analitik dari YouTube Studio memungkinkan channel ini menjangkau penonton baru dari berbagai sumber. Konsistensi dalam mengunggah konten juga membangun loyalitas audiens, yang secara rutin menantikan unggahan terbaru.

Interaksi aktif dengan penonton menjadi elemen penting dalam menciptakan keterlibatan. Umpan visual yang menarik di awal video serta kualitas produksi yang baik berperan besar dalam mempertahankan perhatian penonton. Di samping itu, pembangunan komunitas digital melalui platform seperti Discord memperkuat hubungan antara kreator dan audiens, menciptakan ruang diskusi yang inklusif dan kolaboratif.

Channel ini juga terus mengikuti tren terkini guna menjaga relevansi kontennya, serta menjadikan permintaan penonton sebagai sumber ide untuk konten-konten baru. Pendekatan ini menunjukkan bahwa *Kata Alfa Shorts* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu penting, khususnya dalam bidang pendidikan sains.

Dengan demikian, keberhasilan channel *Kata Alfa Shorts* dalam menarik subscriber merupakan hasil dari kombinasi antara pemilihan konten yang tepat, interaksi aktif dengan penonton, kualitas produksi yang tinggi, promosi yang strategis di media sosial, serta pemahaman mendalam terhadap algoritma YouTube. Temuan ini memberikan kontribusi berharga bagi praktisi maupun peneliti dalam merancang strategi komunikasi digital dan menjadi referensi penting dalam studi mengenai pemasaran digital serta pengembangan konten di media sosial.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

## 6. Daftar Pustaka

- Brian Dean. (2024, September 5). *Youtube Stats: How Many People Use Youtube?* Backlinko. <https://backlinko.com/youtube-users>
- Febrianti, D. G. A. , & P. M. A. (2023). Peran Interaksi Simbolik Dalam Membuat Content Marketing Untuk Menciptakan Brand Engagement Media Sosial@ Dailysocial.Id. *Prologia*, 110–118.
- Hasriadi, H. (2022). *Strategi Pembelajaran*. Mata Kata Inspirasi.
- Isdiansyah, I. (2022). *Penggunaan Video Youtube Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Materi Aceh Versus Portugis Di Kelas Xi Mipa 5 Sma Negeri 4 Kota Tasikmalaya Semester Ganjil Tahun Ajaran 2022/2023*.
- Moleong, Prof. Dr. L. J. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1).
- Ridwan, M. R. D. R. (2018). *Pembentukan Media Sosial Menggunakan E-Loosing Sebagai Sarana Informasi Kehilangan Bagi Masyarakat*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- West, R. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi* (5th Ed.). Salemba Humanika.
- Yoedjadi, M. G. , & P. M. A. (2017). Upaya Redaksi Televisi Menjaga Objektivitas Dalam Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 275–285.
- Yunizar, H. (2024). *Strategi Peningkatan Kualitas Konten Dan Promosi Channel Youtube Ar-Raniry Tv Dalam Memperbanyak Subscriber Dan Viewer (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh)*.