

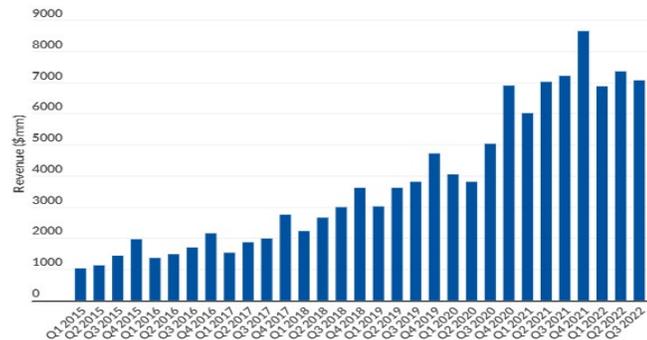
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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. Youtube didirikan pada tanggal 14 Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal yaitu Steven Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim, pada awalnya mereka bertiga berencana untuk membuat Youtube sebagai platform kencana online, namun hal tersebut tidak berjalan mulus dan mereka bertiga memutuskan untuk membuat Youtube sebagai platform untuk siapapun yang ingin mengunggah videonya ke Youtube. Dengan rencana tersebut Youtube menjadi terkenal dan Youtube didirikan sebagai perusahaan yang didanai oleh individu (angel investor) yang kaya.

Popularitas Youtube meningkat pesat, hal tersebut membuat ketiga pendiri memikirkan bahwa Youtube memerlukan lebih banyak komputer dan koneksi internet yang canggih, dengan kondisi tersebut ketiga pendiri tersebut terdorong untuk menjual Youtube. Pada November 2006 Youtube dibeli oleh Google, Google merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi global khususnya pada layanan dan produk terkait dengan internet. Google berfokus pada pencarian berbasis web dan menampilkan alat periklanan.



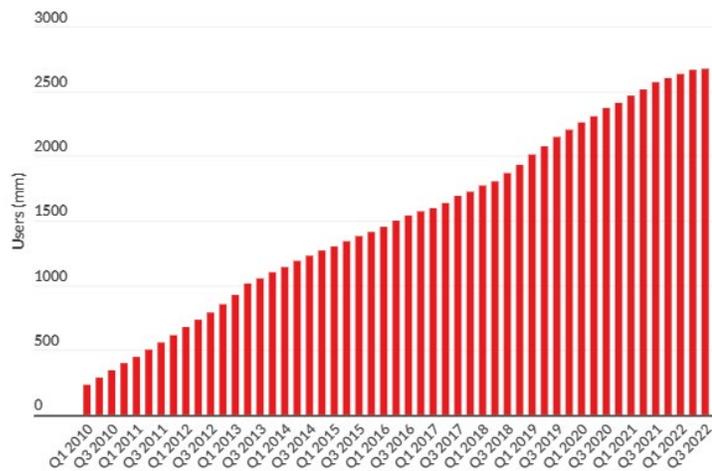
Gambar 1 Pendapatan Youtube Tahun 2015 – 2022 Q3

Sumber: Businessofapps.com (2023)

Menurut Iqbal (2023) dalam situs Businessofapps.com pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa, pendapatan youtube dari iklan tahun 2015 sampai dengan 2022 Q3 cenderung mengalami kenaikan. Youtube melaporkan lebih dari 30% kenaikan pendapatan dari 4 tahun sebelumnya, Youtube menghasilkan \$28,8 miliar pada tahun 2021, angka tersebut merupakan peningkatan dari tahun 2020 sebesar 46%. Youtube memiliki 51 juta youtube channel atau youtuber dan juga youtube memiliki 2,3 miliar pengguna aktif dalam 1 bulan. Hal tersebut yang membuat pendapatan youtube mengalami kenaikan yang sangat besar.

Bagi Youtube dampak Pandemi merupakan dampak positif, karena pada saat masa pandemi covid -19 semua pekerjaan, pembelajaran, dan bermain melalui online, dengan adanya youtube yang dimana merupakan platform untuk mengunggah video, para dosen atau guru dapat memanfaatkannya sebagai media pembelajaran, dan juga dilihat dari gambar 1 pada tahun 2020 youtube mengalami

kenaikan yang cukup tinggi dibandingkan dengan tahun 2019, maka dari itu dampak pandemi bagi youtube positif.

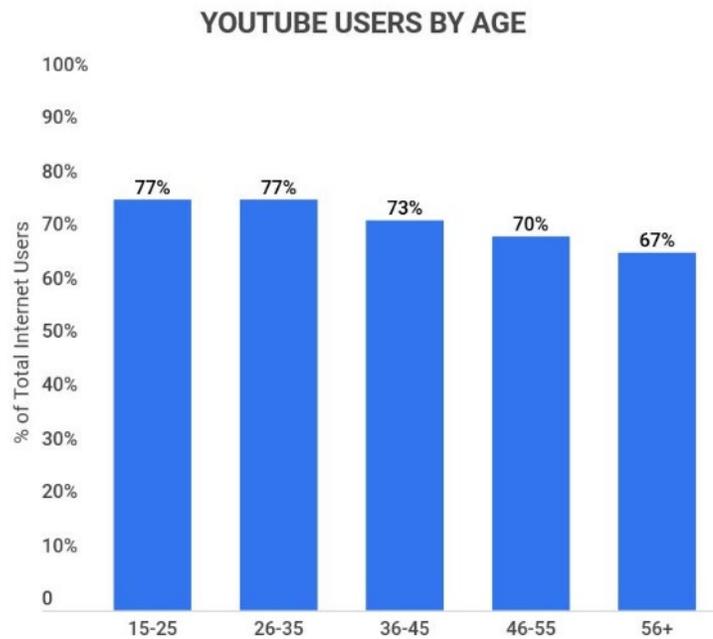


Gambar 2 Pengguna youtube tahun 2010 - 2022 Q3

Sumber: Businessofapps.com (2023)

Menurut Iqbal (2023) dalam situs Businessofapps.com pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa, pengguna youtube atau *user* mengalami kenaikan yang cukup besar, hal tersebut membuat youtube merupakan sebuah platform *social media* yang sangat sukses untuk membuatnya tetap dan terus bertambah seiring berjalannya waktu, hingga saat ini pengguna aktif youtube menyentuh 2,3 miliar per bulannya. Menurut data Demandsage.com 52% pengguna internet mengakses youtube setidaknya sekali dalam sebulan, terdapat 122 juta pengguna mengakses youtube via website atau aplikasi setiap harinya, dan para pengguna youtube

menghabiskan waktunya 1 miliar jam dalam menonton video youtube setiap harinya.

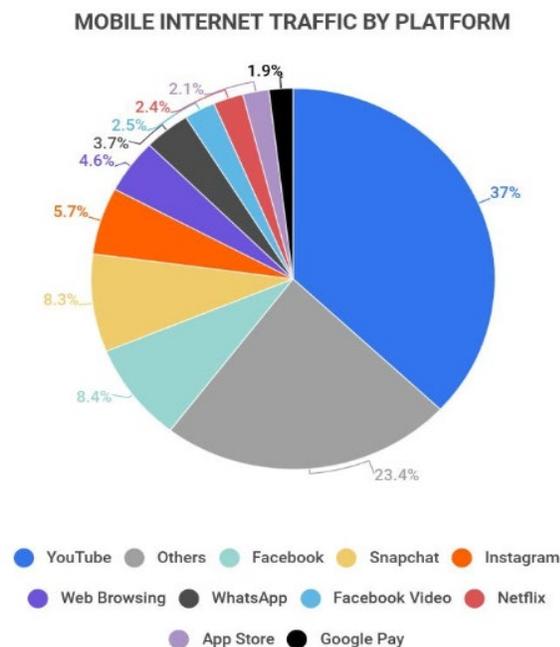


Gambar 3 Pengguna youtube berdasarkan umur

Sumber: Zippia.com (2023)

Menurut Flynn (2023) dalam situs Zippia.com pada Gambar 3 dapat terlihat bahwa, rata – rata umur pengguna youtube 15 – 35 tahun, dan juga 53.9% pria lebih banyak menggunakan youtube dibandingkan dengan 46.1% wanita. Hal tersebut dapat terjadi karena pada umur 15 – 35 tahun lebih mudah mengenal teknologi dan memanfaatkannya dibandingkan dengan 56 tahun keatas yang dimana pada umur tersebut tidak terlalu memahami teknologi yang ada. Jika dilihat dari kategorinya umur 15 – 35 tahun dapat dikatakan sebagai kategori generasi Z dan generasi

milennial yang lebih mudah beradaptasi dengan teknologi yang ada atau memanfaatkan teknologi tersebut sebagai bisnis tertentu, dan untuk umur 56 tahun keatas dapat dikatakan sebagai generasi *Baby Boomer* yang sangat sulit untuk beradaptasi dengan teknologi yang ada jika tidak diajarkan atau diberitahu oleh anak atau cucunya.

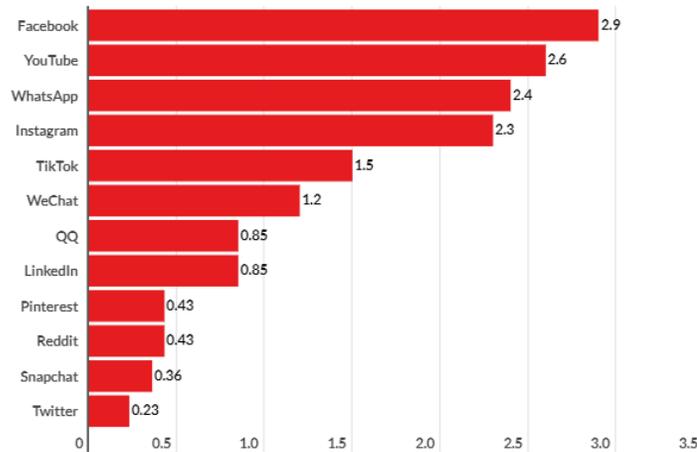


Gambar 4 Platform dalam pasar mobile

Sumber: Zippia.com (2023)

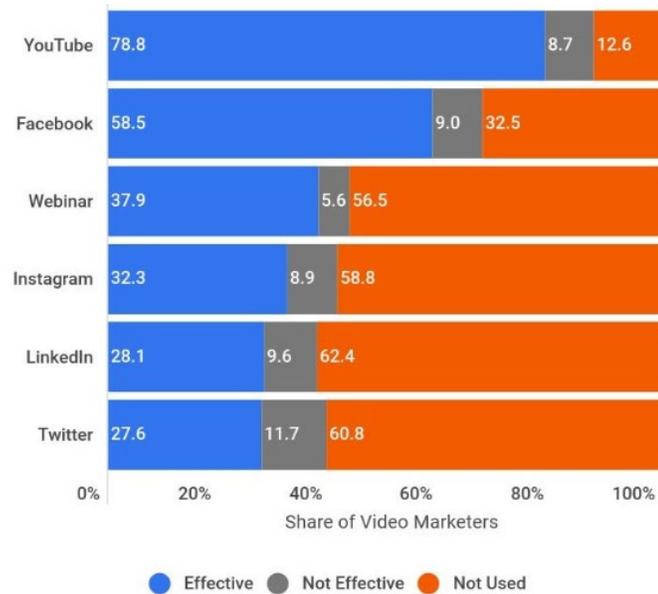
Menurut Flynn (2023) dalam situs Zippia.com pada Gambar 4 dapat dilihat bahwa, youtube merupakan platform terbanyak yang diakses melalui mobile atau handphone, hal ini menjadi penting, karena kebutuhan tertentu dapat dilakukan melalui handphone, semua fitur dan aplikasi yang ada hampir sepenuhnya dapat diakses melalui handphone. Maka dari itu, pasar untuk mobile atau handphone

dapat dikatakan tinggi, karena kebutuhan tertentu dapat dilakukan melalui handphone.



Gambar 5 Pengguna Social media di Dunia

Sumber: Businessofapps.com (2023)



Gambar 6 Efektivitas platform menurut pengiklan

Sumber: Zippia.com (2023)

Menurut Iqbal (2023) dalam situs Businessofapps.com pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa, youtube merupakan platform *social media* ke 2 seluruh dunia, hal tersebut dapat dijadikan oleh youtube sebagai tantangan untuk mendapatkan posisi pertama sebagai platform yang digunakan oleh pengguna seluruh dunia. Namun, menurut Flynn (2023) dalam situs Zippia.com pada gambar 6 dapat dilihat bahwa, youtube merupakan platform pilihan para pengiklan untuk meletakkan iklannya di platform youtube, karena menurut Zippia.com 70% dari penonton youtube membeli produk yang mereka lihat pada saat menonton video di youtube dan juga membantu para penonton dalam membuat keputusan pembelian atas suatu produk, maka dari itu para pengiklan menilai sebesar 78.8% efektivitas dalam meletakkan iklannya di platform youtube.

Channel	Link to their YouTube Channel	Subscribers
T-Series	YouTube Channel Link	232 million
Cocomelon Nursery Rhymes	YouTube Channel Link	150 million
SET India	YouTube Channel Link	149 million
MrBeast	YouTube Channel Link	125 million
PewDiePie	YouTube Channel Link	111 million
Kids Diana Show	YouTube Channel Link	106 million
Like Nastya	YouTube Channel Link	103 million
W.W.E.	YouTube Channel Link	92.5 million
Vlad and Niki	YouTube Channel Link	92.1 million
Zee Music Company	YouTube Channel Link	91.1 million

Gambar 7 10 Channel youtube dengan subscriber terbanyak di dunia

Sumber: Demandsage.com (2023)

YouTuber	Revenue
Mr. Beast	54 million
Jake Paul	45 million
Markiplier	38 million
Rhett and Link	30 million
Unspeakable	28.6 million
Nastya	28 million
Ryan Kaji	27 million
Dude perfect	20 million
Logan Paul	18 million
Preston Arsement	16 million

Gambar 8 10 Youtuber dengan penghasilan terbanyak di dunia

Sumber: Demandsage.com (2023)

Menurut Ruby (2023) dalam situs Demandsage.com pada Gambar 7 dapat dilihat bahwa, T-Series merupakan youtube channel dengan subscriber terbanyak didunia karena, t-series merupakan sebuah perusahaan yang menggunakan youtube sebagai media untuk mengunggah video acara yang mereka buat. Hal tersebut dapat terjadi karena, saat ini media sosial seperti youtube memiliki banyak penonton dibandingkan dengan televisi, maka dari itu T-Series dan perusahaan pertelevisian lainnya mulai menggunakan youtube sebagai salah satu media untuk menarik minat penonton.

Pada gambar 7 jika dilihat dari seorang kreator dan bukan sebuah perusahaan, maka channel tersebut yaitu MrBeast, Pewdiepie dan Like Nastya. Namun pada gambar 8 menurut Ruby (2023) dalam situs Demandsage.com dapat dilihat bahwa Youtuber yang memiliki pendapatan terbanyak di Dunia yaitu MrBeast dan bukan

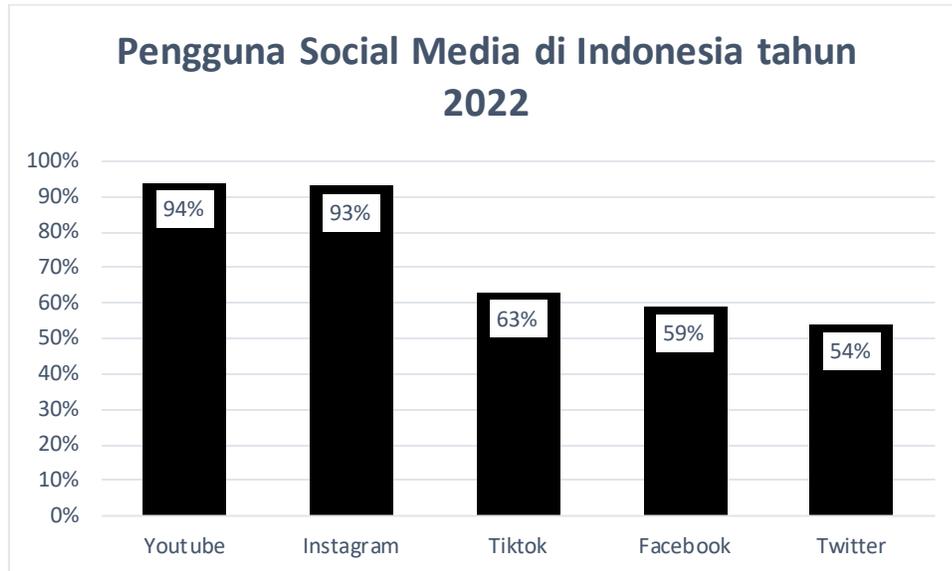
T-Series, karena Youtuber merupakan konten kreator perseorangan dan bukan perusahaan seperti T-Series.

Country	Audience Size (in millions)
India	467M
United States	240M
Indonesia	127M
Brazil	107M
Russia	99M
Japan	93.8M
Mexico	74.1M
Germany	66M
Pakistan	55.7M
Vietnam	53.2M

Gambar 9 10 negara terbesar penonton youtube

Sumber: Zippia.com (2023)

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 data diatas dapat dikatakan bahwa minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan *social media* youtube sangat besar dibandingkan *social media* lainnya, hal tersebut didukung dengan bukti menurut CNN Indonesia (2022) pada gambar 10 dapat dilihat bahwa, minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan *social media* youtube sangat besar.



Gambar 10 Pengguna social media di Indonesia tahun 2022

Sumber: CNN Indonesia (2022)

Menurut CNN Indonesia (2022) pada Gambar 10 dapat dilihat bahwa, terdapat berita CNN Indonesia mengenai 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. Dari survei diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap *social media* youtube sangat besar.

Table 1.1 Youtuber terbesar di Indonesia

No	Username	Subscriber
1	Ria Ricis	31,000,000
2	AH	30,300,000
3	Jess no limit	26,200,000
4	Rans Entertainment	24,900,000
5	Trans 7 Official	24,600,000
6	Indosiar	23,800,000
7	Frost Diamond	23,800,000
8	Baim Paula	20,900,000
9	Deddy Corbuzier	20,200,000
10	Baby Bus	19,800,000

Sumber: socialblade.com (2023)

Menurut Socialblade (2023a) bahwa pada gambar 11 dapat dilihat bahwa, Ria ricis merupakan youtuber dengan subscriber terbanyak di Indonesia lalu disusul oleh AH atau Atta Halilintar yang menempati posisi ke 2. Hal tersebut dapat terjadi karena, penonton youtube di Indonesia menempati posisi ke 3 di dunia yaitu sebesar 127 juta penonton, dengan banyaknya penonton Indonesia di youtube, maka sangat memungkinkan untuk memiliki subscriber sebesar 30.9 Juta.

Table 1.2 Pendapatan youtuber terbesar di Indonesia

No	Username	Pendapatan
1	Klara Tania	1,271,889,000
2	Indosiar	1,243,640,000
3	Yudist Ardhana	828,855,000
4	Vilmei	787,779,000
5	Tribunnews	754,038,000
6	Tribun Timur	751,104,000
7	Mikael Tube HD	742,302,000
8	Trans 7 Official	677,754,000
9	Willie Salim	677,754,000
10	Tayo Bus Kecil Indonesia	536,922,000

Sumber: socialblade.com (2023)

Menurut Socialblade (2023a) bahwa pada gambar 12 dapat dilihat bahwa, pendapatan youtuber terbesar bukan Ria Ricis melainkan Klara Tania, hal tersebut dapat terjadi karena, kategori konten yang digunakan oleh Klara Tania adalah Film, akan tetapi berbeda dengan Ria Ricis yang kategori kontennya adalah Entertainment, selain kategori yang berbeda, jumlah total view yang dimiliki oleh Klara Tania lebih banyak dibandingkan dengan Ria Ricis. Klara Tania memiliki jumlah view sebesar 6 miliar view, begitu juga Ria Ricis memiliki jumlah view sebesar 5.6 miliar view.

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. Dari kedua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pembuat konten atau konten kreator yang mengunggah video di youtube, saat ini dapat menghasilkan pendapatan dari unggahan video tersebut.

Menurut Supportgoogle (2023d) 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

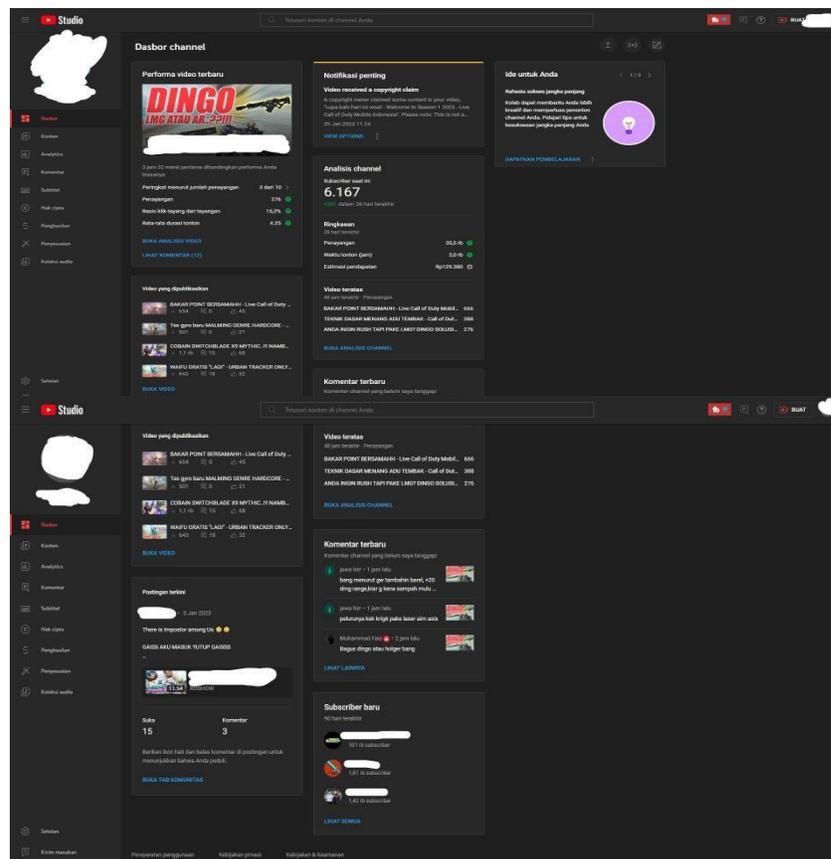
Subscribers, dan (5) Memiliki akun *Google AdSense*. Dari 5 ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Youtube para konten kreator dapat menghasilkan uang dari video yang diunggah tersebut.

Menurut Supportgoogle (2023b) mengemukakan bahwa terdapat jenis konten yang dapat dimonetisasi sesuai dengan aturan yang dibuat oleh youtube, jenis konten atau elemen video yang dapat dibuat oleh youtuber dapat berupa seperti, vlog harian, video rumahan, video kreasi sendiri, tutorial, video musik orisinal, dan film pendek orisinal. Dari beberapa contoh jenis konten diatas youtuber perlu memastikan bahwa isi dari konten tersebut sesuai dengan konten yang cocok dengan para pengiklan.

Youtubers menurut Han (2020) “Youtubers adalah seorang yang menggunakan internet sebagai alat untuk memperlihatkan video mereka kepada penonton (Viewer)”. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Youtubers merupakan pengguna Youtube yang mengunggah video mereka kedalam Youtube dengan berbagai macam jenis topik video tersebut. 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.

Atas dasar penjelasan diatas sebagai seorang youtuber harus memiliki isi konten yang bermanfaat dan strategi tertentu untuk mendapatkan viewer yang setia,

strategi tersebut dapat berupa seperti, memfokuskan isi konten dalam satu topik (misalnya topik konten tersebut mengenai game), membuat konten dengan kondisi yang sedang ramai dibicarakan oleh media di negara tersebut (misalnya seperti kejadian yang sedang *viral*), dan membuat konten mengenai diri sendiri (misalnya konten tersebut dapat berupa seperti, pengalaman hidup, motivasi, dan ilmu yang dimiliki).



Gambar 11 Tampilan Youtube Studio

Sumber: Studio Youtuber (2023)

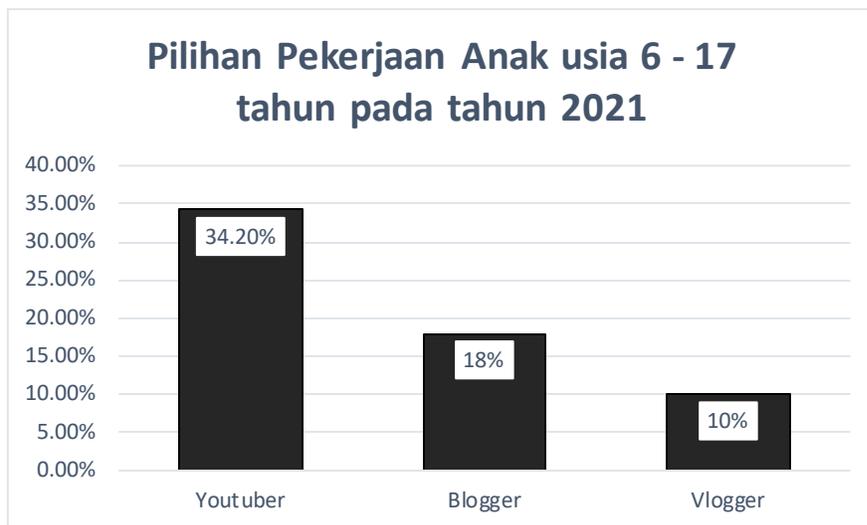
Menurut Studio Youtube (2023) pada gambar 13 mengemukakan bahwa, para youtuber dapat melihat proses perkembangan youtube mereka melalui fitur yang ada di youtube yaitu Youtube Studio, dalam youtube studio memiliki berbagai menu untuk bisa diakses, menu yang pertama Dasbor sebuah menu yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan youtuber tersebut secara umum isinya berupa jumlah subscriber saat ini, data singkat dari video terakhir yang diunggah, beberapa komentar terbaru, dan video yang memiliki jumlah view terbanyak dari 48 jam terakhir. Menu kedua yaitu konten, pada menu ini Youtuber dapat mengatur semua video yang diunggah dan video dari hasil livestreaming yang telah dilakukan.

Menu ketiga yaitu analytics, pada menu ini youtuber dapat mengamati proses perkembangan dari channel yang dibuat, selain itu youtuber dapat mengamati perkembangan dari setiap video yang telah diunggah untuk mengetahui jumlah pendapatan dari setiap video yang telah diunggah melalui menu konten. Menu keempat yaitu komentar, pada menu ini youtuber dapat memantau komentar yang diberikan kepada kreator, dan juga youtuber dapat membalas setiap komentar yang ada, memberi like, memberi dislike, memberi love, dan juga dapat menghapus komentar tersebut, untuk pemberian love hanya dapat dilakukan oleh kreator tersebut. Menu kelima yaitu subtitle, pada menu ini youtuber dapat menggunakan fitur ini kepada penonton yang tidak mengerti bahasa yang digunakan oleh youtuber tersebut.

Menu keenam yaitu hak cipta, pada menu ini youtuber dapat memantau apakah terdapat video yang diunggah oleh youtuber lain dengan menu ini youtuber dapat mengambil keputusan untuk menghapus atau tidak menghapus video yang diunggah oleh youtuber lain dengan cara melaporkan kepada pihak Youtube, namun keputusan penghapusan video tersebut di tangan pihak Youtube. Menu ketujuh yaitu penghasilan, pada menu ini youtuber dapat mengatur untuk menaruh iklan pada video yang diunggah atau tidak, youtuber juga dapat mengaktifkan fitur monthly subscription (membership) atau tidak, dan youtuber dapat mengaktifkan fitur Super Chat, Super Thanks, dan Super Sticker atau tidak.

Selanjutnya, menu kedelapan yaitu penyesuaian, pada menu ini youtuber dapat mengatur tampilan channel mereka untuk menarik perhatian audiens (viewer) untuk meng subscribe channel youtuber tersebut, yang dapat diatur yaitu, foto profil channel, banner channel, dan video yang di highlight, selain itu pada menu ini youtuber dapat memberikan informasi pribadi mereka untuk dapat diikuti atau menjadi sumber kontak dalam kepentingan bisnis. Menu terakhir yaitu koleksi audio, pada menu ini youtuber mendapatkan audio backsound atau efek suara yang dapat digunakan oleh youtuber tersebut secara gratis untuk keperluan video yang diunggah.

Menurut SupportGoogle.com (2023a, AdSense adalah program Google yang memungkinkan kreator dalam Program Partner YouTube untuk menerima pembayaran. Untuk mulai menerima pembayaran dari YouTube, siapkan akun AdSense dari dalam YouTube Studio. Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pendapatan youtuber dapat diukur melalui AdSense Google, namun untuk angka pastinya tidak dapat diketahui, karena hal tersebut merupakan rahasia antara pihak youtube dengan pihak pengiklan.



Gambar 12 Pilihan pekerjaan anak usia 6 – 17 tahun 2021

Sumber: Tagar.id (2021)

Menurut Afifah (2021) pada gambar 14 dapat dilihat bahwa, terdapat 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 penelitian Han (2020) youtube memberikan kesempatan kepada para penggunanya, yang pertama youtube dapat membuat orang biasa menjadi selebriti (Johnston, 2021). Selebriti yang dimaksud seperti Reza Oktovian, Reza oktovian merupakan mantan pengguna YouTube, dan menjadi terkenal setelah video mereka menjadi viral di internet. 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; Al Hijjawi, 2017). Penjelasan diatas didukung oleh penelitian 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.

Pada gambar 9 Indonesia merupakan negara penonton youtube terbesar ke- 3 di Dunia, hal tersebut membuat para youtuber Indonesia menghasilkan pendapatan yang banyak, karena pendapatan dari youtube dapat dihitung melalui viewer atau subscriber yang dimiliki oleh youtuber tersebut. Dengan begitu, berdasarkan data

yang sudah diperoleh generasi milenial dan generasi Z yang sangat memahami perkembangan teknologi dapat memanfaatkan youtube sebagai tempat untuk sumber penghasilan dengan menggunakan kemampuan dan ide-ide kreatif yang dimiliki.

Pendapatan Youtuber yang dapat dilihat pada situs socialblade.com merupakan data yang valid, karena situs tersebut telah diverifikasi oleh pihak youtube. Dalam sudut pandang akuntansi data pendapatan pada situs socialblade.com dapat dilihat setiap harinya, misalkan youtuber A pada tanggal 1 Januari mendapatkan pendapatan sebesar Rp100,000., begitu juga pada tanggal 2 Januari mendapatkan pendapatan sebesar Rp200,000. Atas dasar tersebut data pendapatan dalam situs socialblade.com memiliki kaitan dengan akuntansi dan data pada situs tersebut merupakan data yang valid.

[Socialblade.com](https://socialblade.com) (2023b) adalah situs untuk mengumpulkan data dari *YouTube*, *Twitter*, *Twitch*, *Daily Motion*, *Mixer*, dan *Instagram*, data tersebut digunakan untuk membuat grafik statistik dan bagan yang melacak kemajuan dan pertumbuhan. [Socialblade.com](https://socialblade.com) menyertakan informasi seperti taksiran pendapatan dan proyeksi masa depan, memberikan data numerik dan grafik yang mudah dibaca. Jumlah Youtuber Indonesia berdasarkan pengamatan peneliti melalui situs socialblade.com sebesar 4,561 youtubers, hal tersebut diambil dari data youtube channel atau youtuber yang memiliki subscriber diatas 10.

Menurut data socialblade.com channel youtube dengan subscriber terbanyak di Indonesia yaitu Ria Ricis dengan jumlah total subscriber 31.9 miliar , dan untuk channel youtube dengan view terbanyak yaitu Trans7 Official, namun Trans7 Official merupakan sebuah perusahaan pertelevisian yang pindah ke youtube, maka dari itu viewnya banyak, jika melihat dari data Socialblade.com youtuber yang bukan suatu perusahaan melainkan youtuber kreator yaitu Jeevan Akawa dengan jumlah total view 7,7 miliar.

Viewer (Audiens) merupakan seorang yang menyaksikan atau menonton suatu acara pada media tertentu, audiens juga dapat berkontribusi banyak dalam hal sukses atau tidaknya acara tersebut. Menurut Youtube (2023b) 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 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.

Perhitungan pendapatan pada audiens dapat dilihat dari fitur analytic studio yang disediakan oleh Youtube, untuk perhitungan yang pertama yaitu RPM (Rate Per Mille) dihitung dari 1.000 tayangan yang ditonton oleh audiens dan untuk perhitungan yang kedua yaitu CPM (Cost Per Mille) dihitung dari 1.000 tayangan

yang ditonton audiens yang dibayarkan pengiklan kepada setiap video yang diunggah oleh youtuber tersebut.

Penjelasan diatas didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu Han (2020) yang mengemukakan bahwa viewer (audiens) berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan Youtuber, dengan pengaruhnya yang secara signifikan dapat disimpulkan bahwa viewer memiliki faktor yang besar dalam menilai sukses atau tidaknya monetisasi youtuber tersebut.

Seorang viewer (audiens) dapat selalu menonton video yang diunggah oleh youtuber yang disukainya dengan cara men subscribe ke channel youtube tersebut. seorang viewer (audiens) yang sudah subscribe ke channel tertentu mereka disebut sebagai subscriber. Subscriber merupakan orang yang berlangganan pada suatu layanan tertentu, subscriber tidak hanya berlangganan pada yang berbayar saja, namun dapat berlangganan pada yang gratis seperti subscribe channel youtube.

Menurut Youtube (2023b) 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 yang menyukai video yang diunggah dapat melakukan subscribe ke channel youtuber tersebut. 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.

Penjelasan diatas didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu Han (2020) yang mengemukakan bahwa Subscriber berpengaruh cukup besar terhadap pendapatan youtuber, namun pengaruhnya tidak sebesar viewer. Subscriber dapat berpengaruh besar jika jumlah Subscribernya sudah banyak, seperti youtuber yang sudah sangat terkenal dengan jumlah subscriber lebih dari 1 juta.

Penelitian ini melanjutkan penelitian terdahulu oleh Bo Han (2020) dengan mempertahankan variabel *viewer* dan *subscriber*. Perbedaan penelitian ini yaitu sampel yang digunakan lebih banyak sesuai dengan saran pada penelitian tersebut. Atas dasar uraian latar belakang, maka penulis akan mengangkat penelitian yang berjudul **“PENGARUH VIEWER DAN SUBSCRIBER TERHADAP PENDAPATAN YOUTUBER INDONESIA”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Viewer* berpengaruh terhadap pendapatan Youtuber Indonesia?
2. Apakah *Subscriber* berpengaruh terhadap pendapatan Youtuber Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *viewer* terhadap pendapatan youtuber Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh *subscriber* terhadap pendapatan youtuber Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat seperti:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi dalam bidang ilmu akuntansi dengan menjadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, dan juga untuk memperkaya bukti empiris pada *Viewer* dan *Subscriber* sebagai pengaruh terhadap pendapatan youtuber.

b. Manfaat Praktis

- Bagi Youtuber

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pengetahuan mengenai apa saja yang mempengaruhi pendapatan youtuber, dan diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam memaksimalkan pendapatan youtuber.

- Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana dalam mengembangkan ilmu dengan harapan memahami lebih mengenai pendapatan yang dapat diterima oleh youtuber dan juga dengan harapan bahwa pekerjaan youtuber dapat dikatakan layak untuk dijadikan sebagai penghasilan utama.