

LOYAL CUSTOMERS: EFFORTS TO IMPROVE AND MAINTAIN CONSUMER DATABASES USING YOUTUBE OPTIMIZATION TECHNIQUES

Kresno Aryo Tri Wibowo 1, Muhammad Husin Nur Muzakki 2

¹² *Program Studi Bisnis Digital Universitas Kusuma Husada*

Jl. Jaya Wijaya No..11, Kadipiro, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136

E-mail : kresnoario@ukh.ac.id, ekosetiyawan@hotmail.com

ABSTRACT

Abstract:

This study focuses on the efforts made by businesses to enhance and maintain consumer databases through the utilization of YouTube optimization techniques. In today's competitive market, establishing and maintaining a loyal customer base is crucial for the success of any business. YouTube, being a popular video-sharing platform, offers unique opportunities for businesses to engage with their target audience and strengthen customer relationships. This research explores various strategies and techniques employed by companies to improve their consumer databases by optimizing their presence on YouTube. The study employs a qualitative approach, combining literature review and data analysis. A comprehensive review of existing literature on YouTube optimization and consumer database management provides insights into best practices and strategies utilized by businesses. Data analysis is conducted to identify effective measures for enhancing and maintaining consumer databases. The efforts to improve consumer databases through YouTube optimization encompass several key aspects. Firstly, companies need to have a thorough understanding of their target market. Market analysis and surveys enable companies to gather valuable data on consumer preferences, needs, and behaviors. This information assists in tailoring appropriate content strategies to attract and retain customers. Creating compelling and relevant content is essential for engaging viewers and establishing strong connections. Companies should develop informative and entertaining videos that provide value to their audience. Providing valuable and captivating content strengthens consumer engagement and encourages subscriptions to their YouTube channels. Search Engine Optimization (SEO) techniques play a vital role in increasing a company's visibility on YouTube. Companies must use relevant keywords in video titles, descriptions, and tags. Additionally, the use of eye-catching thumbnails and informative video descriptions can boost a video's ranking in YouTube search results. Effective promotional tactics are also crucial for expanding video reach. These can include sharing videos through company social media channels, collaborating with relevant YouTube influencers, or sending newsletters to existing customers. By increasing video exposure, companies can attract potential customers to their YouTube channels. Maintaining consumer databases on YouTube involves regular data analysis. Performance data, such as view counts, watch time, engagement rates, and conversions, are analyzed to understand video effectiveness and identify areas for improvement. Effective data analysis helps optimize strategies for customer retention and satisfaction. Being responsive to comments and feedback is another important aspect of maintaining consumer databases. Active engagement with viewers allows companies to build personalized relationships and demonstrate their commitment to addressing customer needs and concerns. Responsiveness to comments also enhances the company's image and strengthens customer bonds. Offering exclusive content to loyal customers is an effective strategy for database maintenance. Companies can provide exclusive tutorials, special discounts, or early access to new products or events. By offering exclusive value to loyal customers, companies can strengthen customer loyalty and maintain their consumer databases. In conclusion, this research highlights the efforts made by businesses to enhance and maintain consumer databases through YouTube optimization techniques. By understanding the target market, creating engaging content, utilizing SEO optimization, implementing effective promotional tactics, and maintaining strong customer relationships through responsiveness and exclusive offerings, companies can enhance their brand presence on YouTube and retain loyal customers. These strategies contribute to long-term growth and success in today's increasingly competitive digital landscape.

Keywords: Channel, Keywords, SEO, Youtube

I. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi internet semakin terasa dalam kehidupan sehari-hari. Setiap lini kehidupan tidak lepas dari penggunaan internet. Pandemi sekarang ini menjadikan internet sebagai media yang dapat menghubungkan

orang walaupun harus tetap menjaga jarak [1]. Banyak layanan diinternet yang apabila dilakukan Teknik lebih jauh atau optimalisasi dapat memberikan dampak positif seperti menghasilkan pekerjaan baru di dunia digital. Pemasaran online atau digital marketing menjadi hal yang umum di era internet sekarang ini [2].

Data mining dalam konteks YouTube merujuk pada proses ekstraksi informasi yang berharga dari dataset yang besar yang dihasilkan oleh platform YouTube. Data mining melibatkan penggunaan teknik analisis data dan algoritma untuk mengidentifikasi pola, tren, dan wawasan yang tersembunyi dalam data YouTube. Analisis Sentimen: Data mining dapat digunakan untuk menganalisis sentimen pengguna terhadap video atau merek di YouTube [3]. Melalui analisis komentar dan umpan balik pengguna, data mining dapat mengidentifikasi apakah respons pengguna cenderung positif, negatif, atau netral terhadap video atau merek tertentu. Rekomendasi Video: Algoritma data mining dapat digunakan untuk menganalisis perilaku penonton, preferensi, dan riwayat penonton untuk memberikan rekomendasi video yang personal dan relevan. Dengan memanfaatkan teknik data mining, YouTube dapat menampilkan video yang sesuai dengan minat dan preferensi individu pengguna. Analisis Popularitas Video: Data mining dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap popularitas video di YouTube. Ini melibatkan pengumpulan dan analisis data seperti jumlah tampilan, tingkat interaksi, komentar, dan bagikan untuk mengidentifikasi pola dan faktor yang mempengaruhi popularitas video tertentu. Identifikasi Trend dan Topik Populer: Data mining dapat digunakan untuk mengidentifikasi tren dan topik yang sedang populer di YouTube. Dengan menganalisis metadata, tag, dan data penonton, data mining dapat mengungkapkan topik yang paling banyak dibicarakan atau dicari oleh pengguna YouTube. Analisis Perilaku Pengguna: Data mining dapat membantu memahami perilaku pengguna di YouTube. Misalnya, melalui analisis data penonton, data mining dapat mengidentifikasi pola menonton, preferensi genre, durasi tayang yang disukai, atau waktu tayang yang paling diminati oleh pengguna. Data mining dalam YouTube memungkinkan platform ini untuk memanfaatkan dataset yang besar dan beragam untuk mendapatkan wawasan berharga tentang pengguna, konten, dan tren. Informasi yang dihasilkan dari proses data mining ini dapat membantu YouTube dan para pembuat konten untuk membuat keputusan yang lebih cerdas, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mengoptimalkan kinerja saluran dan video di platform.

Salah satu layanan internet yang menjadi primadona sekarang ini dan telah berhasil mengupulkan data secara besar-besaran adalah social media berbagi video seperti Youtube. Berdasarkan data youtube saat ini penggunanya telah mencapai angka 2 miliar lebih. Artinya setiap video yang diunggah di youtube dapat diakses oleh 2 miliar orang dengan biaya yang gratis. Tentu dengan minat yang terkelompokan agar video dapat dilihat oleh orang yang benar-benar tertarik. Dari sini lahir sebuah Teknik optimalisasi pengguna youtube berdasarkan minat terhadap video yang ingin dilihatnya [4].

Pengguna youtube dapat dibagi menjadi 2 yaitu konten kreator, penikmat kreasi dan peng-iklan. Konten kreator bisa dikatakan sebagai mitra kerja Youtube. Karena konten kreator menciptakan video yang bila dilihat oleh pengguna youtube dalam jumlah tertentu akan membuat peng-iklan tertarik untuk memasang iklan di chanel youtube tersebut. Tentu hal ini menjadi keuntungan bagi pihak Youtube. Sedangkan penikmat konten dapat dikatakan sebagai konsumen. Penikmat konten dapat melihat video yang di buat oleh konten kreator secara gratis namun akan ada iklan di sela-sela pemutarn video[5].

Untuk mendapatkan konsumen atau follower pada kana youtube yang dikelola, maka konten krator harus mampu menciptakan video yang baik. Selain itu hasil pencarian pada halaman pertama youtube menjadi salah satu factor yang berpengaruh untuk mendatangkan follower [6]. Semakin banyak follower sebuah chanel maka akan semakin keuntungan bagi pemilik chanel. Keuntungan tersebut diataranya adalah biaya pemutaran iklan dari youtube dan konsumen yang loyal jika chanel tersebut mengiklankan produk dalam video yang dibuat.

II. RESEARCH METHODS

Metode penelitian yang akan diuji keberhasilannya pada kegiatan ini adalah sebagai berikut :

- A. Mencari nice yang sedang trending dengan google words
- B. Membandingkan hasil pencarian kata kunci yang muncul di google words dengan pencarian di facebook audience insight.
- C. Mencoba kata kunci tersebut di mesin pencarian Youtube.
- D. Jika memang hasilnya tinggi maka akan dibuat sebua produk digital menggunakan kata kunci tersebut dengan tahapan sebagai berikut.
 - 1) Menyimpan hasil pencarian yang relevan di mesin pencari youtube
 - 2) Membuat database gambar dengan merubah masing-masing nama pada file gambar dengan kata kunci relevan yang keluar di mesin pencari youtube.
 - 3) Membuat video dari gabungan gambar – gambar yang telah di rename tersebut.
 - 4) Mengupload ke youtube
 - 5) Melakukan ping ke masing-masing mencin pencari agar video dapat terindeks dengan cepat
- E. Menunggu selama 2-3 jam lalu memulai mencari video dengan kata kunci di mesin pencari google dan youtube apakah berhasil muncul di halaman pertama pencarian.
- F. Penentuan kelayakan loyalitas dalam penelitian ini menggunakan lima pengukuran utama yaitu :

- 1) Bertambahnya jumlah subscriber chanel setiap minggunya selama 10 minggu pertama.
- 2) Bertambahnya jumlah tayang video sebanyak 100 jam tayang setiap bulannya. Dan untuk mendapatkan 4000 jam tayang akan di akselerasi dengan cara mengunggah konten secara berkala minimal 4 konten per minggu.
- 3) Setiap konten minimal memiliki durasi 5 menit.
- 4) Meningkatnya jumlah komentar pada setiap konten yang diposting dalam waktu 7 hari setelah tayang.
- 5) Bertambahnya “like” pada konten yang diposting dalam waktu 7 hari setelah tayang.

III. RESULTS

YouTube menggunakan beberapa algoritma yang berperan dalam meningkatkan kinerja saluran-saluran di platform tersebut. Berikut adalah beberapa algoritma yang digunakan oleh YouTube:

A. Algoritma Rekomendasi:

Algoritma ini bertanggung jawab untuk menampilkan video-video yang direkomendasikan kepada pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku mereka [7]. Algoritma rekomendasi YouTube menggunakan berbagai faktor, termasuk riwayat penonton, preferensi pengguna, interaksi sebelumnya, dan popularitas video untuk menentukan video yang paling relevan dan menarik untuk setiap pengguna. Algoritma ini terus belajar dan mengadaptasi rekomendasi berdasarkan respons pengguna. Algoritma rekomendasi YouTube bekerja dengan mempertimbangkan beberapa faktor untuk menentukan video yang direkomendasikan kepada pengguna. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- 1) **Riwayat Penonton:** YouTube melacak riwayat penonton pengguna, termasuk video yang telah mereka tonton sebelumnya dan interaksi yang dilakukan seperti suka, tidak suka, atau komentar. Misalnya, jika pengguna sering menonton video tentang kuliner, algoritma rekomendasi akan cenderung menampilkan lebih banyak video kuliner dalam rekomendasi mereka.
- 2) **Preferensi Pengguna:** YouTube juga memperhatikan preferensi yang dinyatakan pengguna melalui pengaturan atau aktivitas mereka di platform. Misalnya, jika pengguna mengatur preferensi bahasa atau menandai minat tertentu, algoritma akan mempertimbangkan preferensi ini dalam menampilkan rekomendasi video.
- 3) **Interaksi Sebelumnya:** Jumlah suka, tidak suka, komentar, dan bagikan yang diberikan oleh pengguna pada video-video sebelumnya juga mempengaruhi rekomendasi yang diberikan oleh algoritma. Misalnya, jika sejumlah besar pengguna memberikan suka pada suatu video, algoritma rekomendasi akan cenderung memperhitungkan video tersebut dalam rekomendasinya kepada pengguna lain.
- 4) **Popularitas Video:** Faktor popularitas juga menjadi pertimbangan dalam algoritma rekomendasi. Video dengan jumlah tampilan yang tinggi, tingkat retensi penonton yang baik, dan interaksi positif yang signifikan cenderung memiliki peluang lebih besar untuk muncul dalam rekomendasi.

Contoh: Misalkan seorang pengguna sering menonton video tutorial memasak dan memberikan banyak suka pada video-video tersebut. Berdasarkan data ini, algoritma rekomendasi YouTube akan memperhitungkan preferensi pengguna dan riwayat penontonya untuk menampilkan video-video terkait masakan dalam rekomendasi mereka. Jika ada video baru tentang resep masakan yang populer dengan banyak interaksi positif, video tersebut kemungkinan besar akan muncul dalam rekomendasi pengguna tersebut.

B. Algoritma Penilaian:

Algoritma penilaian digunakan untuk menentukan peringkat video dalam hasil pencarian YouTube [8][9]. Algoritma ini mempertimbangkan sejumlah faktor, termasuk jumlah tampilan, jumlah interaksi (misalnya suka, tidak suka, komentar, dan bagikan), durasi tayang, tingkat retensi penonton, dan faktor lainnya. Video dengan penilaian yang lebih baik cenderung mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dalam hasil pencarian dan lebih mudah ditemukan oleh pengguna. Algoritma penilaian YouTube menggunakan berbagai faktor untuk menentukan peringkat video dalam hasil pencarian dan menampilkan video yang paling relevan kepada pengguna. Berikut adalah beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh algoritma penilaian YouTube:

1. Jumlah Tampilan:

Jumlah tampilan adalah salah satu faktor penting dalam menentukan popularitas sebuah video. Semakin banyak jumlah tampilan yang diperoleh oleh video, semakin tinggi kemungkinan video tersebut mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dalam algoritma penilaian. Contoh data dalam bentuk tabel dapat seperti ini:

Tabel 1. Jumlah Tampilan

No	Judul Video	Jumlah tampilan
1	Tutorial memasak	500.000
2	Ulasan produk Gadget	1.200.000
3	Konser Musik Live	3.500.000

Pada contoh di atas, video "Konser Musik Live" memiliki jumlah tampilan yang paling tinggi, sehingga memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dalam algoritma penilaian.

2. Tingkat Interaksi:

Interaksi pengguna dengan video juga menjadi faktor penting. Jumlah suka, tidak suka, komentar, dan bagikan dapat mempengaruhi peringkat video dalam algoritma penilaian. Contoh data dalam bentuk tabel dapat seperti ini:

Tabel 2. Tingkat Interaksi

No.	Judul Video	Jumlah Suka	Jumlah Tidak Suka	Jumlah Komentar	Jumlah Bagikan
1	Tutorial Memasak	10.000	500	200	1000
2	Ulasan Produk Gadget	15.000	1000	500	2000
3	Konser Musik Live	30.000	2000	1000	5000

Pada contoh di atas, video "Konser Musik Live" memiliki tingkat interaksi yang paling tinggi dengan jumlah suka, komentar, dan bagikan yang lebih besar, sehingga dapat mempengaruhi peringkatnya dalam algoritma penilaian.

3. Tingkat Retensi Penonton:

Tingkat retensi penonton mengukur seberapa lama penonton tetap menonton video. Video yang memiliki tingkat retensi yang tinggi cenderung mendapatkan peringkat yang lebih baik dalam algoritma penilaian. Contoh data dalam bentuk tabel dapat seperti ini:

Tabel 3. Tingkat Retensi Penonton

No.	Judul Video	Durasi Video (menit)	Persentase Retensi (%)
1	Tutorial Memasak	10	80
2	Ulasan Produk Gadget	15	70
3	Konser Musik Live	20	90

Pada contoh di atas, video "Konser Musik Live" memiliki tingkat retensi yang paling tinggi dengan persentase retensi sebesar 90%, yang menunjukkan bahwa penonton cenderung menonton video tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama.

Algoritma penilaian YouTube menggabungkan faktor-faktor ini dan masih banyak faktor lainnya untuk menentukan peringkat video. Data dalam bentuk tabel di atas hanya merupakan contoh untuk mengilustrasikan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dipertimbangkan dalam algoritma penilaian.

C. Algoritma Waktu Tayang:

Algoritma ini mempertimbangkan durasi tayang video dan tingkat retensi penonton untuk menentukan keberhasilan video dalam menarik dan mempertahankan perhatian penonton. Video dengan tingkat retensi yang tinggi dan durasi tayang yang sesuai dengan konten cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam algoritma ini. Algoritma waktu tayang juga berperan dalam menentukan video mana yang ditampilkan sebagai video yang disarankan setelah video tertentu selesai diputar. Algoritma waktu tayang YouTube mempertimbangkan durasi tayang video dan tingkat retensi penonton untuk menentukan keberhasilan video dalam menarik dan mempertahankan perhatian penonton. Algoritma ini memungkinkan YouTube untuk menampilkan video yang relevan dan menarik kepada pengguna berdasarkan durasi yang sesuai dengan konten dan tingkat retensi yang tinggi. Berikut adalah contoh data dalam bentuk tabel untuk menjelaskan algoritma waktu tayang:

Tabel 4. Algoritma Waktu Tayang

No.	Judul Video	Durasi Video (menit)	Tingkat Retensi (%)
1	Tutorial Memasak	10	80
2	Ulasan Produk Gadget	15	70
3	Konser Musik Live	20	90

Dalam contoh di atas, kami menggunakan tiga video dengan judul dan durasi yang berbeda. Data tingkat retensi menunjukkan seberapa lama penonton tetap menonton video. Semakin tinggi tingkat retensi, semakin baik video tersebut dalam mempertahankan perhatian penonton. Algoritma waktu tayang akan mempertimbangkan kombinasi durasi video dan tingkat retensi untuk menentukan keberhasilan video dalam menarik penonton. Video dengan durasi yang sesuai dengan konten dan tingkat retensi yang tinggi cenderung

memiliki kinerja yang lebih baik dalam algoritma ini. Misalnya, pada contoh di atas, video "Konser Musik Live" memiliki durasi tayang 20 menit dan tingkat retensi sebesar 90%. Ini menunjukkan bahwa video tersebut berhasil menarik perhatian penonton dan mempertahankan minat mereka selama durasi yang cukup lama. Dengan demikian, video "Konser Musik Live" memiliki peluang lebih tinggi untuk mendapatkan peringkat yang lebih baik dalam algoritma waktu tayang dibandingkan dengan video lainnya.

D. Algoritma Interaksi:

Algoritma ini mempertimbangkan tingkat interaksi pengguna dengan video, seperti jumlah suka, tidak suka, komentar, dan bagikan [10]. Video dengan tingkat interaksi yang tinggi cenderung mendapatkan prioritas lebih tinggi dalam algoritma ini. Algoritma ini mendorong konten yang menghasilkan diskusi aktif dan partisipasi pengguna, karena interaksi positif menunjukkan bahwa video tersebut relevan dan menarik bagi pengguna. Algoritma interaksi YouTube mempertimbangkan tingkat interaksi pengguna dengan video, seperti jumlah suka, tidak suka, komentar, dan bagikan, untuk menentukan kinerja video dalam algoritma tersebut [11]. Algoritma ini berfokus pada interaksi pengguna sebagai indikator penting dalam menilai kepopuleran dan keberhasilan video. Berikut adalah contoh data dalam bentuk tabel untuk menjelaskan algoritma interaksi.

Tabel 5. Algoritma Interaksi

No.	Judul Video	Jumlah Suka	Jumlah Tidak Suka	Jumlah Komentar	Jumlah Bagikan
1	Tutorial Memasak	10.000	500	200	1000
2	Ulasan Produk Gadget	15.000	1000	500	2000
3	Konser Musik Live	30.000	2000	1000	5000

Dalam contoh di atas, kami menggunakan tiga video dengan judul dan data interaksi pengguna yang berbeda-beda. Algoritma interaksi YouTube akan mempertimbangkan jumlah suka, tidak suka, komentar, dan bagikan dari video tersebut untuk menilai interaksi pengguna. Misalnya, pada contoh di atas, video "Konser Musik Live" memiliki jumlah suka sebanyak 30.000, jumlah tidak suka sebanyak 2000, jumlah komentar sebanyak 1000, dan jumlah bagikan sebanyak 5000. Interaksi yang tinggi pada video ini menunjukkan bahwa video tersebut berhasil menarik perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dengan video tersebut. Algoritma interaksi akan mempertimbangkan faktor-faktor ini dan memberikan penilaian berdasarkan jumlah dan jenis interaksi yang terjadi pada video. Video dengan tingkat interaksi yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam algoritma ini.

E. Algoritma Pemantauan Keselamatan:

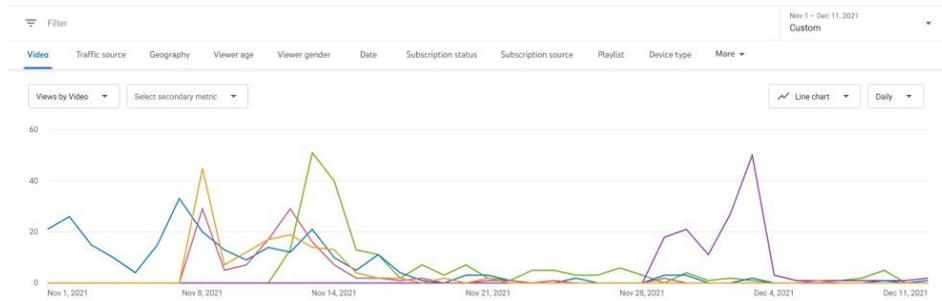
Algoritma ini berfokus pada pemantauan dan deteksi konten yang melanggar pedoman komunitas YouTube [12]. Algoritma ini menggunakan teknologi kecerdasan buatan untuk mengidentifikasi dan menghapus konten yang melanggar, seperti konten yang mengandung kekerasan, pornografi, atau pelanggaran hak cipta. Algoritma pemantauan keselamatan ini membantu menjaga integritas dan keamanan platform YouTube [13]. Algoritma pemantauan keselamatan YouTube bertujuan untuk mengidentifikasi dan menghapus konten yang melanggar pedoman komunitas, termasuk konten yang mengandung kekerasan, pornografi, atau pelanggaran hak cipta. Algoritma ini menggunakan teknologi kecerdasan buatan untuk melakukan pemantauan konten secara otomatis. Berikut adalah contoh data dalam bentuk tabel untuk menjelaskan algoritma pemantauan keselamatan:

Tabel 6. Algoritma Keselamatan

No.	Judul Video	Konten Melanggar Pedoman	Tindakan
1	Tutorial Memasak	Tidak	-
2	Ulasan Produk Gadget	Tidak	-
3	Konten Kekerasan	Ya	Dihapus
4	Video Porno	Ya	Dihapus
5	Reupload Tanpa Izin	Ya	Dihapus / Dituntut

Dalam contoh di atas, kami menggunakan beberapa video dengan judul dan keterangan konten yang berbeda-beda. Algoritma pemantauan keselamatan akan memindai dan menganalisis konten setiap video untuk mengidentifikasi apakah konten tersebut melanggar pedoman komunitas YouTube. Misalnya, pada contoh di atas, video "Konten Kekerasan" dan "Video Porno" teridentifikasi sebagai konten yang melanggar pedoman komunitas. Algoritma pemantauan keselamatan akan mengambil tindakan untuk menghapus video-video tersebut dari platform YouTube, sesuai dengan kebijakan YouTube terkait konten yang melanggar. Algoritma pemantauan keselamatan bekerja secara otomatis untuk mengidentifikasi dan menghapus konten yang melanggar pedoman komunitas. Namun, penting untuk dicatat bahwa algoritma ini juga dapat melakukan kesalahan identifikasi, dan YouTube mengandalkan kombinasi antara teknologi kecerdasan buatan dan peninjau manusia untuk memverifikasi dan menangani konten yang melanggar.

Youtube memiliki alat untuk menunjukkan kinerja sebuah chanel. Berdasarkan pengamatan dari laporan kinerja chanel yang dibangun dengan menerapkan teknik optimalisasi didapatkan hasil sebagai berikut.

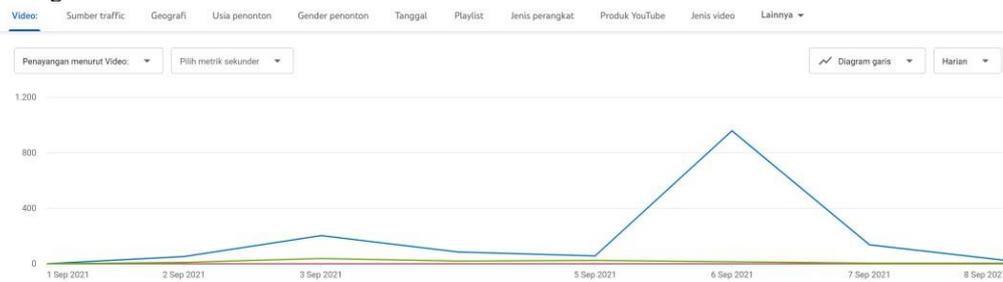


Gambar 1. Kinerja chanel berdasarkan video yang dilihat

Pada gambar 1 dapat dilihat jumlah kunjungan saat teknik optimalisasi diterapkan akan meningkat. Jika video yang tidak diberikan optimalisasi maka kinerjanya akan biasa-biasanya. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti:

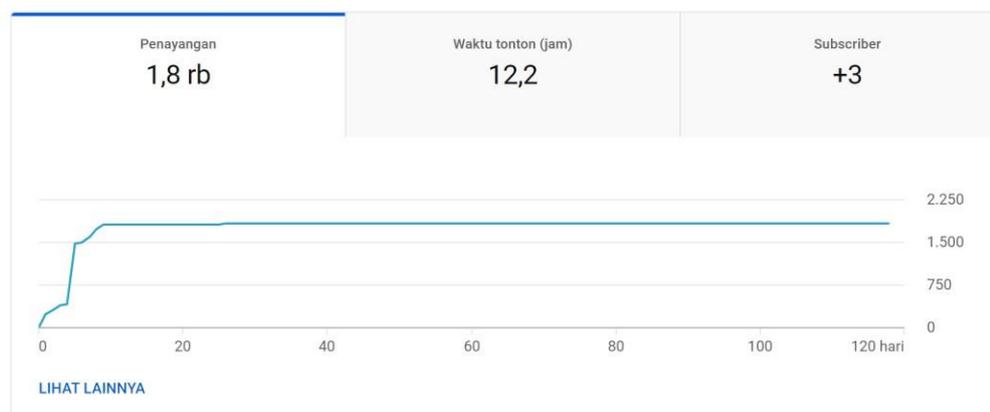
- A. Jenis konten memiliki peminat yang banyak atau tidak
- B. Waktu penayangan bersamaan dengan topik yang sedang hangat dibicarakan atau tidak
- C. Penggunaan tag dan deskripsi yang menyulitkan youtube untuk menampilkan dihalaman pencarian.

Dengan bantuan optimalisasi maka kemungkinan video memiliki jumlah viewer yang banyak sangat mungkin terjadi. Seperti pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kinerja video yang momen nya tepat

Video ini ditonton 1.832 kali sejak dipublikasikan

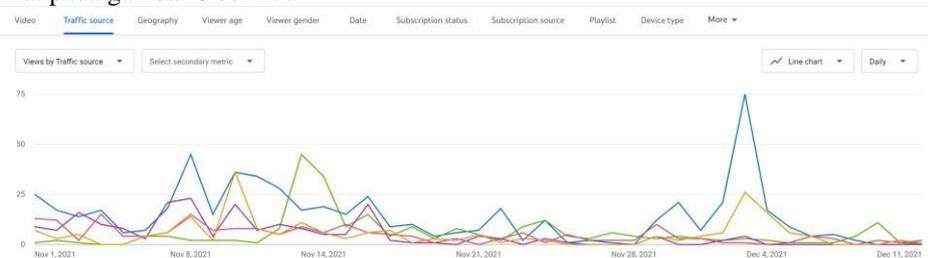


Gambar 3. Kinerja video



Gambar 4. Kinerja video lengkap

Pada gambar 4 dapat dilihat video tersebut hanya di postingkan tanpa melakukan optimalisasi. Tidak ada tag dan deskripsi yang membantu youtube untuk merefrensikan video tersebut. Namun kinerjanya sangat baik hingga mendapatkan 1.832 kali tontonan dalam waktu 3 hari saja. Untuk menunjukkan kinerja video yang telah dipotimasi dapat dilihat pada gambar 6 berikut.

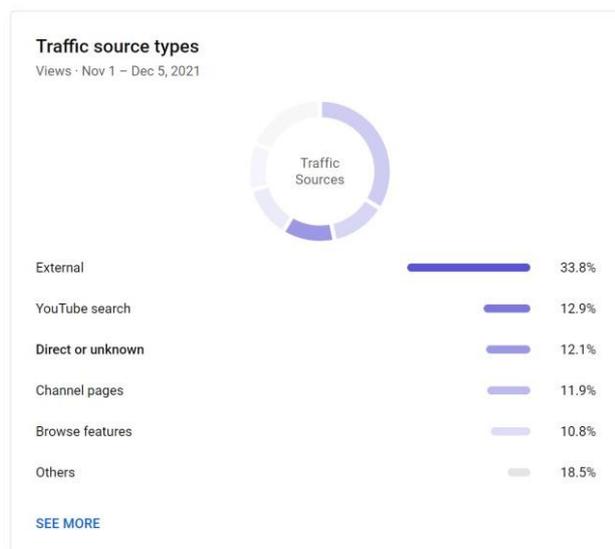


Gambar 5. Kinerja chanel berdasarkan traffic kunjungan

- Direct or unknown
- Browse features
- Channel pages
- YouTube search
- External

Gambar 6. Jenis kunjungan

Gambar 6 menunjukkan kinerja chanel meningkat pada sumber external. Hal ini di dapatkan oleh teknik mendaftarkan kata kunci pada service ping gratis yang ada di internet. Dengan melakukan teknik ping terhadap video target maka hasil dapat dilihat pada 2 hari kedepan.



Gambar 7. Sumber Traffic Yang Datang

IV. CONCLUSION

Teknik optimalisasi dapat digunakan untuk membangun chanel youtube agar mendapatkan perhatian dari penggunanya. Teknik tersebut sangatlah mudah untuk dilakukan bahkan oleh orang yang tidak berasal dari jurusan ilmu komputer. Untuk menerapkan teknik tersebut disarankan untuk konsisten. Ketidak konsistenan akan membuat chanel tersebut sulit untuk di munculkan oleh youtube pada halaman pertama pencarian. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal fokuslah pada satu teknik hingga mendapatkan hasil. Misal untuk teknik penggunaan kata kunci judul, rutin untuk dilakukan pada setiap video yang akan diunggah dan catat kinerjanya. Setelah berhasil lanjutkan teknik kedua seperti menggunakan tag berdasarkan hasil pencarian kata kunci yang sejenis dengan judul video yang diunggah. Lakukan setiap langkah dan boleh dikombinasikan untuk video-video lain agar terlihat strategi mana yang lebih cepat menaikkan kinerja video agar banyak penontonya.

Reference

- [1] M. Javaid and I. H. Khan, "Internet of Things (IoT) enabled healthcare helps to take the challenges of COVID-19 Pandemic," *J. oral Biol. craniofacial Res.*, vol. 11, no. 2, pp. 209–214, 2021.
- [2] W. Tafesse, "YouTube marketing: how marketers' video optimization practices influence video views," *Internet Res.*, vol. 30, no. 6, pp. 1689–1707, 2020.
- [3] A. M. Dawis and I. Setiawan, "Utilization of Virtual Reality Technology in Knowing the Symptoms of Acrophobia and Nyctophobia," *J. Appl. Sci. Technol.*, vol. 2, no. 02, pp. 36–42, 2022.
- [4] T. Szmuda, P. Rosvall, T. V. Hetzger, S. Ali, and P. Słoniewski, "YouTube as a source of patient information for hydrocephalus: a content-quality and optimization analysis," *World Neurosurg.*, vol. 138, pp. e469–e477, 2020.
- [5] G. S. Darma and I. P. T. Noviana, "Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment," *J. Mantik*, vol. 4, no. 3, pp. 2257–2262, 2020.
- [6] B. Castillo-Abdul, L. M. Romero-Rodríguez, and J. Balseca, "Hola followers! Content analysis of YouTube channels of female fashion influencers in Spain and Ecuador," *Sage Open*, vol. 11, no. 4, p. 215824402111056610, 2021.
- [7] O. Alvarado, H. Heuer, V. Vanden Abeele, A. Breiter, and K. Verbert, "Middle-aged video consumers' beliefs about algorithmic recommendations on YouTube," *Proc. ACM Human-Computer Interact.*, vol. 4, no. CSCW2, pp. 1–24, 2020.
- [8] H. Devakumar, B. V Tailor, V. Perkins, and D. Ioannidis, "'How to stop a nosebleed': a combined objective and subjective assessment of YouTube videos on first-aid management of epistaxis," *J. Laryngol. Otol.*, pp. 1–20, 2023.
- [9] K. Lukoff *et al.*, "How the design of youtube influences user sense of agency," in *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2021, pp. 1–17.
- [10] J. Cho, S. Ahmed, M. Hilbert, B. Liu, and J. Luu, "Do search algorithms endanger democracy? An experimental investigation of algorithm effects on political polarization," *J. Broadcast. Electron. Media*, vol. 64, no. 2, pp. 150–172, 2020.
- [11] M. Habes, S. Ali, M. Elareshi, K. M. Tahat, and A. Ziani, "Understanding users' social TV content using artificial intelligence approach: a survey," in *2021 international conference of modern trends in*

- information and communication technology industry (MTICTI)*, IEEE, 2021, pp. 1–7.
- [12] A. Khasawneh, K. Chalil Madathil, E. Dixon, P. Wiśniewski, H. Zinzow, and R. Roth, “Examining the self-harm and suicide contagion effects of the Blue Whale Challenge on YouTube and Twitter: qualitative study,” *JMIR Ment. Heal.*, vol. 7, no. 6, p. e15973, 2020.
- [13] M. Yesilada and S. Lewandowsky, “Systematic review: YouTube recommendations and problematic content,” *Internet policy Rev.*, vol. 11, no. 1, 2022.