

HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON DAN TINGKAT KETERTARIKAN KONTEN DENGAN LOYALITAS PENONTON PADA KANAL YOUTUBE KOMPAS TV JAWA TENGAH

Esteria Maura Sianipar
esteriamaura@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407
Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The development of digital platforms has driven significant changes in people's information consumption patterns, including watching news via YouTube. This study aims to determine and analyze the relationship between viewing intensity and level of interest in audience loyalty on the Kompas TV Central Java YouTube channel. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to 100 respondents who are active viewers of the channel. The theories used include Uses and Gratifications Theory, which explains that audiences actively choose media to meet their needs, and Digital Management, which emphasizes the importance of digital content management to build audience loyalty. The results show that both viewing intensity and interest content of level have a significant relationship with audience loyalty, partially. This finding indicates that the more often viewers watch content and the higher their interest in the content presented, the more likely they are to become loyal viewers. This research is expected to be a reference in digital content management strategies in YouTube-based mass media.

Keywords; viewing intensity, interest level, audience loyalty, YouTube, Kompas TV Central Java.

ABSTRAK

Perkembangan platform digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi informasi masyarakat, termasuk dalam menonton berita melalui YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara intensitas menonton dan tingkat ketertarikan terhadap loyalitas penonton pada kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan penonton pada kanal tersebut. Teori yang digunakan meliputi *Uses and Gratifications Theory*, yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya, serta Manajemen Digital, yang menekankan pentingnya pengelolaan konten digital untuk membangun loyalitas audiens.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik intensitas menonton maupun tingkat ketertarikan pada konten memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas penonton, secara parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin sering penonton menyaksikan konten serta semakin tinggi ketertarikan mereka terhadap konten yang disajikan, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menjadi penonton yang loyal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam strategi pengelolaan konten digital di media massa berbasis YouTube.

Kata kunci; intensitas menonton, tingkat ketertarikan, loyalitas penonton, YouTube, Kompas TV Jateng.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses informasi, termasuk dalam konsumsi berita dan hiburan. Platform video daring seperti YouTube menjadi salah satu media utama yang digunakan oleh masyarakat, terutama generasi muda, untuk mendapatkan informasi secara cepat, fleksibel, dan menarik. Perubahan perilaku konsumsi ini mendorong berbagai lembaga media untuk melakukan transformasi digital agar tetap relevan dan menjangkau audiens yang lebih luas. Kompas TV Jawa Tengah merupakan salah satu saluran berita lokal yang ikut beradaptasi dengan menghadirkan konten secara rutin melalui kanal YouTube-nya.

Dalam konteks media digital, loyalitas penonton menjadi salah satu indikator penting untuk mengukur keberhasilan sebuah kanal. Loyalitas tidak hanya tercermin dari jumlah tayangan semata, tetapi juga dari kesetiaan audiens dalam menonton dan berinteraksi secara konsisten terhadap konten yang ditayangkan. Tantangan terbesar dalam mengelola kanal digital seperti YouTube bukan hanya tentang menarik perhatian sesaat, melainkan membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Oleh karena itu, penting bagi Kompas TV Jawa

Tengah untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas penontonnya.

Dua faktor utama yang diyakini memiliki peran dalam membentuk loyalitas penonton adalah intensitas menonton dan ketertarikan terhadap konten. Intensitas menonton merujuk pada frekuensi serta durasi penonton dalam mengakses dan menikmati konten dari kanal tertentu. Semakin sering dan lama seseorang menonton, dapat diindikasikan adanya ketertarikan serta kebiasaan yang mulai terbentuk terhadap kanal tersebut. Sementara itu, ketertarikan terhadap konten menyangkut seberapa relevan, menarik, dan sesuai minat penonton terhadap topik atau gaya penyampaian yang disajikan.

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa intensitas menonton berbanding lurus dengan loyalitas, terutama ketika penonton merasa konten yang disajikan memenuhi ekspektasi mereka, baik secara emosional maupun informatif (Pathak & Kaushik, 2024). Ketertarikan terhadap konten juga menjadi penentu kuat apakah penonton akan kembali atau hanya menonton sekali. Dalam lanskap digital yang kompetitif, ketika banyak kanal bersaing memperebutkan perhatian penonton, kualitas dan daya tarik konten menjadi pembeda utama.

Di sisi lain, YouTube sebagai platform turut mendukung proses pembentukan loyalitas dengan sistem rekomendasinya yang canggih. Konten-konten yang mendapatkan respons positif dari penonton, seperti jumlah suka, komentar, dan waktu tonton yang tinggi, memiliki peluang lebih besar untuk muncul dalam bagian “video yang disarankan”. Ini membuka potensi pertumbuhan audiens secara organik, namun tetap mengandalkan kekuatan konten dan konsistensi interaksi.

Meskipun Kompas TV Jawa Tengah telah meresmikan eksistensi digitalnya secara nasional pada tahun 2022, kanal ini masih dihadapkan pada tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas penontonya. Dalam situasi ini, penting untuk menganalisis bagaimana intensitas menonton dan ketertarikan terhadap konten memengaruhi loyalitas penonton. Penelitian ini menjadi relevan sebagai dasar untuk merumuskan strategi konten yang lebih efektif dalam menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan audiens, serta memastikan bahwa kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah tetap kompetitif dan berdaya saing tinggi di tengah derasnya arus informasi digital.

Menurut grafik dari SocialBlade, jumlah penonton bulanan saluran Kompas TV Jawa Tengah sangat bervariasi selama dua tahun terakhir, yang mengindikasikan

adanya pergeseran intensitas menonton penonton. Ketertarikan penonton terhadap konten mungkin bersifat musiman atau dihubungkan oleh tren tertentu, seperti yang dibuktikan oleh penurunan tajam dalam penayangan menjelang akhir tahun 2023 setelah kenaikan di awal tahun. Sebelum bervariasi di pertengahan tahun, saluran ini mengalami peningkatan yang signifikan di awal tahun 2024. Peningkatan yang lebih konsisten ditunjukkan pada tren di tahun 2025, yang mengindikasikan bahwa loyalitas penonton dan daya tarik konten dihubungkan oleh elemen-elemen tertentu. Penelitian tentang hubungan antara intensitas menonton dan ketertarikan pada konten Kompas TV Jawa Tengah harus memperhatikan perilaku ini karena hal ini menimbulkan masalah.

Pemahaman terhadap hubungan antara intensitas menonton dan tingkat ketertarikan pada konten dapat memberikan wawasan bagi Kompas TV Jawa Tengah dalam merancang strategi konten yang lebih efektif. Dengan mengetahui pola menonton audiens, kanal ini dapat menyesuaikan jenis program, durasi video, serta frekuensi unggahan agar lebih sesuai dengan preferensi penonton. Hal ini tidak hanya berpotensi meningkatkan jumlah viewers tetapi juga mempertahankan loyalitas audiens dalam jangka panjang.

Selain itu, faktor-faktor seperti tren media, perubahan kebiasaan konsumsi berita, serta persaingan antarplatform juga perlu diperhitungkan dalam memahami dinamika keterlibatan penonton. Di era digital yang serba cepat ini, penonton memiliki banyak pilihan dalam mengakses berita dan informasi, sehingga kanal media perlu terus berinovasi agar tetap relevan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana intensitas menonton dapat berhubungan dengan tingkat ketertarikan terhadap konten Kompas TV Jawa Tengah, serta bagaimana hasil temuan ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi digital mereka ke depannya.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara intensitas menonton dengan loyalitas penonton pada kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat ketertarikan penonton terhadap konten yang ditayangkan dapat membentuk loyalitas terhadap kanal tersebut. Dengan mengkaji kedua variabel ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku audiens dalam membentuk keterikatan jangka panjang terhadap

konten media digital, khususnya kanal berita lokal di platform YouTube.

KERANGKA TEORETIS

Paradigma Positivistik

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Sejak awal sosiologi, sebuah paradigma yang dikenal sebagai positivisme telah berkembang, yang diistilahkan oleh Auguste Comte. Paradigma positivistik dapat dikatakan sebagai paradigma yang sudah tua dan konvensional.

Paradigma positivistik sesuai karena paradigma ini membuat asumsi bahwa realitas dapat diukur secara objektif dengan menggunakan analisis statistik dan data numerik. Paradigma ini berfokus pada penggunaan metode ilmiah untuk mengetahui hubungan antar variabel, seperti relevansi jenis konten, variasi konten, dan frekuensi unggahan terhadap jumlah *viewers*. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan berdasarkan data yang diperoleh (Creswell, 2014).

Teori Uses and Gratification

Teori ini sangat relevan untuk memahami alasan dan motivasi yang melatarbelakangi keterlibatan *viewers* terhadap konten yang ditonton, dalam

konteks penelitian mengenai hubungan intensitas menonton dan tingkat ketertarikan pada konten di kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah (Blumler & Katz, n.d.).

Menurut (Sichach, 2023), teori ini mengklasifikasikan kebutuhan ke dalam beberapa kategori, seperti afektif, kognitif, personal, integratif, dan bebas ketegangan. Hal ini sejalan dengan penelitian ini, karena U&G memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna YouTube memilih dan menonton konten sesuai dengan kebutuhan mereka seperti hiburan atau pengetahuan yang kemudian memengaruhi seberapa terlibat dan tertarik mereka terhadap konten tersebut.

Intensitas menonton menjadi indikator sejauh mana penonton secara aktif mencari dan mengonsumsi konten video dari kanal tertentu, dan hal ini dapat dipahami melalui perspektif U&G. Teori ini memungkinkan peneliti melihat bagaimana kebutuhan personal penonton mendorong mereka untuk menonton lebih sering, lebih lama, atau lebih fokus terhadap konten tertentu yang sesuai dengan ketertarikan mereka.

Teori Manajemen Digital

teori manajemen digital, yang merupakan turunan dari teori manajemen

klasik dan gabungan dari beberapa pendekatan yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan media digital. Menurut (Kotler, 2021), teori ini mengacu pada penerapan taktik dan prosedur untuk mengelola aset digital, terutama yang berkaitan dengan pemasaran platform digital, komunikasi, dan distribusi konten.

Dalam konteks penelitian “Hubungan Intensitas Menonton dengan Tingkat Ketertarikan pada Konten YouTube Kompas TV Jawa Tengah”, teori manajemen digital menyoroti pentingnya menciptakan dan menyajikan konten yang menarik dan sesuai dengan preferensi audiens untuk mencapai hasil yang diinginkan, seperti meningkatkan keterlibatan dan loyalitas penonton.

Salah satu komponen kunci dari manajemen digital adalah pemahaman terhadap minat dan ketertarikan audiens, yang dalam hal ini berkaitan dengan tingkat ketertarikan pada konten. Ketertarikan ini mencerminkan sejauh mana penonton merasa terhubung, tertarik, dan termotivasi untuk terus menonton konten yang disajikan. Dalam penelitian ini, respons penonton terhadap video yang ditampilkan sangat dihubungkan oleh daya tarik konten tersebut, baik dari segi tema, penyajian,

maupun relevansi dengan isu-isu yang sedang berkembang di Jawa Tengah.

Loyalitas Penonton Pada Kompas TV Jawa Tengah

Loyalitas penonton merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan kanal digital, khususnya pada platform seperti YouTube. Dalam teori manajemen digital yang dijelaskan oleh (Kotler, 2021), keberhasilan suatu kanal tidak hanya diukur dari seberapa banyak penonton yang mengakses konten, tetapi juga dari seberapa kuat hubungan jangka panjang yang dapat dibangun dengan audiens. Loyalitas menjadi tolok ukur dari keberhasilan kanal dalam menciptakan nilai dan pengalaman yang berkesinambungan bagi penontonnya.

Dalam konteks kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah, loyalitas penonton mencerminkan sejauh mana audiens merasa terikat secara emosional maupun fungsional terhadap konten yang disajikan. Penonton yang loyal akan menunjukkan perilaku konsisten dalam menonton, berinteraksi dengan konten, dan mendukung kanal secara aktif, misalnya dengan berlangganan, memberikan komentar, menyukai video, hingga merekomendasikan kanal tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas penonton tidak hanya mencerminkan kepuasan sesaat, melainkan

juga kepercayaan jangka panjang terhadap kualitas dan relevansi konten.

Manajemen digital dalam hal ini berperan dalam merancang strategi konten yang mampu mempertahankan perhatian audiens sekaligus membangun hubungan emosional yang kuat. Menurut (Makhmud, 2019) , loyalitas penonton terbentuk melalui pengalaman positif yang konsisten, pemenuhan ekspektasi informasi, serta identifikasi audiens terhadap nilai-nilai yang diusung kanal. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, loyalitas penonton dipahami sebagai hasil dari keberhasilan kanal Kompas TV Jawa Tengah dalam mempertahankan ketertarikan audiens secara berkelanjutan.

Faktor-faktor seperti konsistensi unggahan, kualitas visual dan narasi, serta relevansi topik menjadi penentu utama dalam membentuk loyalitas penonton. Kanal yang mampu menjaga kepercayaan dan menghadirkan konten yang autentik akan lebih mudah membangun basis audiens yang setia dan terus terlibat. Dalam jangka panjang, loyalitas penonton akan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan kanal, baik dari sisi jumlah penonton, durasi menonton, hingga hubungan sosial yang dibangun melalui komunitas penonton setia

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Pendekatan ini dianggap sesuai karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, yaitu intensitas menonton dan tingkat ketertarikan pada konten (sebagai variabel independen), dengan loyalitas penonton (sebagai variabel dependen) pada kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Pendekatan eksplanatif memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan secara mendalam dan sistematis, guna memahami bagaimana keterlibatan audiens terhadap konten dapat berpengaruh terhadap loyalitasnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Tengah, khususnya Kota Semarang, yang berasal dari kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z dengan rentang usia 18–40 tahun. Populasi ini dipilih karena kelompok usia tersebut merupakan pengguna aktif media digital, termasuk YouTube, dan memiliki kemungkinan tinggi untuk mengakses konten berita dari kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik purposive random sampling, yaitu metode yang menggabungkan pemilihan acak dengan pertimbangan karakteristik tertentu. Dalam hal ini, responden yang dipilih adalah mereka yang secara sadar pernah atau rutin

menonton konten dari kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 100 orang, mengacu pada pendapat Krejcie bahwa ukuran sampel 100–400 responden dapat dianggap cukup representatif dalam penelitian sosial kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner disebarikan secara online melalui Google Form dan diisi oleh responden yang telah memenuhi kriteria. Instrumen pengumpulan data menggunakan skala Likert dengan pertanyaan tertutup, yang disusun untuk mengukur intensitas menonton, tingkat ketertarikan, dan loyalitas penonton terhadap kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur pendukung seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, serta sumber online yang relevan, untuk memperkuat landasan teori dan pembahasan penelitian.

Dalam tahap pengolahan data, dilakukan beberapa tahapan seperti editing, coding, dan tabulasi. Tahap editing dilakukan untuk memeriksa kembali data yang telah dikumpulkan guna meminimalisasi kesalahan input.

Selanjutnya, coding dilakukan dengan mengonversi jawaban responden ke dalam bentuk angka agar dapat dianalisis secara statistik. Terakhir, tabulasi dilakukan untuk menyusun data dalam bentuk tabel agar lebih mudah dianalisis dan ditafsirkan. Untuk analisis awal, digunakan statistik deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, serta kebiasaan menonton dan ketertarikan terhadap konten. Tahap ini penting untuk memperoleh gambaran umum mengenai perilaku responden sebelum masuk ke tahap analisis hubungan antar variabel.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0, yang mengusung pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk model penelitian yang melibatkan konstruk laten dan indikator reflektif, serta cocok untuk jumlah sampel yang relatif kecil. Pengujian dalam penelitian ini mencakup uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, berdasarkan standar seperti nilai outer loading di atas 0.7. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian menghasilkan data

yang stabil dan konsisten, dengan mengacu pada *nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability* yang harus berada di atas 0.7. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat menggambarkan hubungan antara intensitas menonton dan ketertarikan terhadap konten dengan loyalitas penonton secara valid dan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4.0, ditemukan bahwa baik intensitas menonton maupun tingkat ketertarikan terhadap konten memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas penonton pada kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Nilai *path coefficient* menunjukkan bahwa intensitas menonton memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan tingkat ketertarikan konten terhadap loyalitas penonton. Nilai *R-square* sebesar 0,544 menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel independen ini mampu menjelaskan 54,4% variasi loyalitas penonton. Selain itu, nilai *f-square* juga menunjukkan bahwa intensitas menonton memiliki kontribusi efek yang lebih besar dibandingkan tingkat ketertarikan konten. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh indikator berada di atas ambang batas yang ditentukan, sehingga

data dinyatakan valid dan reliabel. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi dan durasi seseorang menonton kanal, serta semakin tinggi ketertarikannya terhadap isi konten, maka semakin tinggi pula loyalitasnya sebagai penonton tetap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik intensitas menonton maupun tingkat ketertarikan terhadap konten memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas penonton pada kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah. Temuan ini sejalan dengan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas menonton dengan loyalitas penonton. Artinya, semakin sering dan semakin lama seseorang menonton kanal tersebut, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk tetap setia menjadi penonton. Hal ini memperkuat teori *Uses and Gratifications*, di mana audiens secara aktif memilih media yang dapat memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan informasi, hiburan, dan keterhubungan secara emosional.

Sementara itu, hipotesis kedua yang menyoroti hubungan antara tingkat ketertarikan terhadap konten dengan loyalitas penonton juga terbukti signifikan. Ketertarikan pada konten, baik dari segi tema, penyampaian, maupun relevansi isu yang diangkat memengaruhi sejauh mana penonton merasa terlibat dan ingin terus

mengikuti perkembangan kanal. Ini juga didukung oleh teori Manajemen Digital (Kotler, 2021) yang menekankan pentingnya penyusunan konten yang strategis dan sesuai preferensi audiens untuk mempertahankan loyalitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika penonton merasa bahwa konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan atau minat mereka, maka mereka lebih cenderung untuk menonton ulang atau merekomendasikan kanal tersebut kepada orang lain.

Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel independen dengan loyalitas penonton menggambarkan pentingnya strategi konten dan pengelolaan kanal digital yang terfokus pada pemenuhan ekspektasi audiens. Hasil ini menjadi masukan berharga bagi Kompas TV Jawa Tengah dalam merancang strategi konten yang dapat meningkatkan interaksi, *engagement*, dan loyalitas audiens di tengah persaingan media digital yang semakin dinamis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang

signifikan antara intensitas menonton (X1) dan tingkat ketertarikan konten (X2) terhadap loyalitas penonton (Y) kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menonton dan semakin tinggi ketertarikan terhadap konten yang disajikan, maka semakin besar kemungkinan mereka menjadi penonton yang loyal.

2. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media digital, khususnya YouTube, yang kini menjadi salah satu sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi dan berita. Kanal YouTube Kompas TV Jateng sebagai bagian dari media lokal perlu memahami perilaku audiensnya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas penonton di tengah tingginya persaingan konten digital.
3. Penelitian ini mengacu pada *Teori Uses and Gratifications* (Blumler & Katz, n.d.) yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang ingin dicapai. Dalam konteks ini, intensitas menonton menjadi representasi dari kebutuhan akan informasi dan hiburan, sedangkan tingkat ketertarikan mencerminkan

sejauh mana konten memenuhi ekspektasi audiens. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada Teori Manajemen Digital (Kotler, 2021), yang menekankan pentingnya pengelolaan konten secara strategis dalam membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Dengan manajemen konten yang tepat, baik dari segi frekuensi, kualitas, maupun daya tarik loyalitas penonton dapat ditingkatkan secara signifikan.

4. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan alat bantu analisis SmartPLS 4.0. Data diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada penonton aktif kanal YouTube Kompas TV Jateng, dan dianalisis untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti.
5. Hasil analisis pada Bab IV menunjukkan bahwa intensitas menonton memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas penonton, yang berarti semakin sering penonton mengakses dan menyaksikan konten di kanal tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka. Selain itu, tingkat ketertarikan juga memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas penonton, menunjukkan bahwa konten yang menarik dan

relevan dengan minat audiens dapat meningkatkan keterikatan mereka. Analisis simultan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut bersama-sama berkontribusi positif terhadap loyalitas penonton, sehingga penting bagi Kompas TV Jateng untuk menjaga konsistensi tayangan dan kualitas konten agar terus menarik perhatian audiens dan membangun komunitas penonton yang setia.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan terbagi menjadi tiga aspek, yaitu saran sosial, praktis, dan teoretis:

a. Sosial

1. Kanal YouTube Kompas TV Jawa Tengah sebaiknya lebih aktif mendorong interaksi dua arah dengan penonton melalui fitur komentar, polling, dan sesi live streaming. Strategi ini akan meningkatkan intensitas menonton sekaligus membentuk ikatan emosional yang dapat menumbuhkan loyalitas jangka panjang.
2. Penting bagi kanal ini untuk menyajikan konten yang lebih inklusif dan menarik bagi

berbagai kelompok, khususnya laki-laki dan generasi milenial. Dengan menyesuaikan gaya penyampaian berita dan menampilkan isu-isu yang relevan dengan keseharian mereka, kanal ini dapat meningkatkan ketertarikan dan memperluas basis penonton loyal.

b. Praktis

1. Untuk mempertahankan intensitas menonton, kanal perlu menjaga konsistensi jadwal unggahan dan memanfaatkan data performa video untuk menyusun konten yang sesuai dengan preferensi penonton. Strategi ini akan membantu kanal mempertahankan kehadiran yang konsisten di benak audiens dan memperkuat loyalitas mereka.
2. Kanal juga dapat mengeksplorasi berbagai format konten seperti YouTube Shorts atau storytelling interaktif yang lebih dinamis. Inovasi ini dapat meningkatkan daya tarik konten serta memperluas jangkauan audiens yang sebelumnya belum aktif menonton.

c. Teoretis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas strategi dalam menarik dan mempertahankan loyalitas penonton di platform digital, khususnya dalam konteks media berita lokal. Mungkin pada studi berikutnya dapat menambahkan variabel lain, seperti kualitas produksi video, durasi video, atau tingkat interaksi audiens, untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas penonton.

DAFTAR PUSTAKA

Blumler & Katz. (n.d.). *Communication Theory/Uses and Gratifications*. Retrieved January 17, 2025, from https://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Uses_and_Gratifications

Brunjes, K. (2019, November 10). *Age Range by Generation | Beresford Research*. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education. (12th ed.).

Creswell, P. (2014). *Qualitative and Research Design Choosing Among Fives Approaches* (fourth edition).

Darmawati, D., & Aditya, M. B. (2024). PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE “SATU PERSEN” TERHADAP PENGEMBANGAN DIRI. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v6i1.9312>

David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). *CONTENT IN YOUTUBE VLOG INFLUENCE ON STUDENT ATTITUDES ESTABLISHMENT OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE UNIVERSITY OF SAM RATULANGI*. 1.

Elshazly, A., Yan, J., & Ghaith, A. (2025). Understanding how narrative attributes of sponsored food vlog affect viewers' engagement: Evidence from Egypt. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104178.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104178>

Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>

Kotler, K. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.

Labas, Y. N., & Yasmine, D. I. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28584>

Makhmud, R. (2019). Hubungan Kualitas Siaran Dan Intensitas Menonton Siaran Terhadap Loyalitas Penonton (Studi Kasus Program Acara Kick Andy di Metro TV). *Value: Journal of Management and Business*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.35706/value.v4i2.3429>

Mukalafitri, B., & Djamal, M. F. (2023). Pengaruh Brand Activation CGV Cinemas Melalui Instagram Terhadap Loyalitas Penonton Bioskop Di Masa Pandemi. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.33376/is.v5i2.2076>

Omer, H., Mamun, M. A., Pervin, K., & Turin, T. (2017). An Analysis of Viewer

Engagement in YouTube Videos Related to HIV/AIDS Awareness and Prevention. *Annals of Global Health*, 83(1), 161. <https://doi.org/10.1016/j.aogh.2017.03.360>

Orilya, C., Vika, & Cahyaningias, C. (2024). Menelaah Kesuksesan Konten YouTube yang Trending Analisis Data Video Trending di YouTube. *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 20(2), Article 2. <https://doi.org/10.52958/iftk.v20i2.7517>

Richard, P. (2024). Inter-subject correlation of audience facial expressions predicts audience engagement during theatrical performances. *iScience*, 27(6), 109843. <https://doi.org/10.1016/j.isci.2024.109843>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: Wiley.

Sichach, M. (2023). *Uses and Gratifications theory—Background, History and Limitations* (SSRN Scholarly Paper 4729248). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4729248>

Yoo, J. J., Kim, H., & Choi, S. (2024). Expanding knowledge on emotional dynamics and viewer engagement: The role of travel influencers on youtube. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100616. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100616>

Yu, E., Jung, C., Kim, H., & Jung, J. (2018). Impact of viewer engagement on gift-giving in live video streaming. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1450–1460. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.014>