

ALGORITMA YOUTUBE UZONE INDONESIA DALAM MENCIPTAKAN VISIBILITAS KONTEN DAN KEBEBASAN BEREKSPRESI

¹ Rizki Pramana Putra , ² Iin Soraya , ³ Sari Ekowati ,
Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta
riz.pram@gmail.com

Abstract (English)

This research examines the impact of YouTube's algorithm changes in late 2023 on content visibility and freedom of expression, focusing on the Indonesian technology channel Uzone Indonesia. Using a qualitative approach, this research analyzes video content, interviews the editor-in-chief, and conducts a comparative study. The results show that algorithm changes create challenges for content creators. The dynamic algorithm causes visibility fluctuations, demanding constant adaptation. Additionally, the algorithm can reinforce biases and create filter bubbles, limiting exposure to diverse perspectives. This research highlights the importance of understanding the factors that influence visibility, such as user interaction, content relevance, and video quality. Uzone Indonesia has implemented adaptation strategies, such as keyword research and video optimization. However, they also face challenges in maintaining a balance between algorithm optimization and freedom of expression. This research provides insights into how content creators can adapt and stay relevant on YouTube, and emphasizes the importance of algorithm transparency and YouTube's role in ensuring content diversity and freedom of expression.

Article History

*Submitted: 7 Oktober 2024
Accepted: 14 Oktober 2024
Published: 15 Oktober 2024*

Key Words

YouTube Algorithm, Content Visibility, Freedom of Expression, Uzone Indonesia, Filter Bubble, Adaptation Strategies, Content Creators.

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini mengkaji dampak perubahan algoritma YouTube pada akhir 2023 terhadap visibilitas konten dan kebebasan berekspresi, dengan fokus pada channel teknologi Uzone Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis konten video, mewawancarai pemimpin redaksi, dan melakukan studi komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan algoritma menciptakan tantangan bagi kreator konten. Algoritma yang dinamis menyebabkan fluktuasi visibilitas, menuntut adaptasi konstan. Selain itu, algoritma dapat memperkuat bias dan menciptakan filter *bubble*, membatasi paparan terhadap beragam perspektif. Penelitian ini menyoroti pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi visibilitas, seperti interaksi pengguna, relevansi konten, dan kualitas video. Uzone Indonesia telah menerapkan strategi adaptasi, seperti riset kata kunci dan optimasi video. Namun, mereka juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara optimasi algoritma dan kebebasan berekspresi. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana kreator konten dapat beradaptasi dan tetap relevan di YouTube, serta menekankan pentingnya transparansi algoritma dan peran YouTube dalam memastikan keberagaman konten dan kebebasan berekspresi.

Sejarah Artikel

*Submitted: 7 Oktober 2024
Accepted: 14 Oktober 2024
Published: 15 Oktober 2024*

Kata Kunci

Algoritma YouTube, Visibilitas Konten, Kebebasan Berekspresi, Uzone Indonesia, Filter Bubble, Strategi Adaptasi, Kreator Konten

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap media secara fundamental, menjadikan platform berbagi video seperti YouTube sebagai pusat perhatian bagi kreator dan audiens global. Di balik layar platform ini, algoritma yang rumit menjadi otak penggerak yang mengatur arus informasi, menentukan konten mana yang akan dilihat oleh jutaan pengguna. Meskipun algoritma bertujuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, pengaruhnya yang luas telah memicu perdebatan sengit tentang transparansi, keadilan, dan dampaknya terhadap keberagaman konten dan kebebasan berekspresi. YouTube, dengan jangkauannya yang masif, telah menjadi ladang subur bagi beragam jenis konten, mulai dari vlog pribadi,

tutorial, berita, hingga dokumenter investigatif. Namun, dengan meningkatnya volume konten yang diunggah setiap hari, algoritma rekomendasi YouTube menjadi semakin penting dalam menyaring informasi dan menyajikan konten yang dianggap paling relevan bagi setiap pengguna. Algoritma ini menggunakan berbagai faktor, termasuk riwayat tontonan, interaksi pengguna, dan metadata video, untuk memprediksi konten mana yang paling mungkin menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

Algoritma YouTube dapat berperan untuk visibilitas konten. Video yang "disukai" oleh algoritma akan lebih sering muncul di rekomendasi, halaman beranda, dan hasil pencarian, sehingga meningkatkan peluangnya untuk ditonton oleh audiens yang lebih luas. Sebaliknya, video yang tidak sesuai dengan preferensi algoritma mungkin akan terkubur dalam lautan konten dan tidak pernah ditemukan oleh sebagian besar pengguna. Bagi kreator konten, terutama yang mengandalkan YouTube sebagai platform utama untuk menjangkau audiens, memahami cara kerja algoritma menjadi sangat krusial. Penelitian ini menjadi penting karena algoritma YouTube, meskipun bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, dapat secara tidak sengaja menciptakan *filter bubble*, yaitu situasi di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka yang sudah ada. Hal ini dapat menghambat paparan terhadap beragam perspektif dan memperkuat bias yang ada. Selain itu, algoritma YouTube juga dapat dimanfaatkan untuk tujuan yang merugikan, seperti menyebarkan disinformasi atau propaganda.

Penelitian ini menjadi penting karena algoritma YouTube, meskipun bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, dapat secara tidak sengaja menciptakan *filter bubble*, yaitu situasi di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka yang sudah ada. Hal ini dapat menghambat paparan terhadap beragam perspektif dan memperkuat bias yang ada. Selain itu, algoritma YouTube juga dapat dimanfaatkan untuk tujuan yang merugikan, seperti menyebarkan disinformasi atau propaganda.

Algoritma YouTube memang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan merekomendasikan video yang relevan dengan minat dan preferensi mereka. Namun, hal ini dapat menyebabkan pengguna terjebak dalam *filter bubble*, di mana mereka hanya melihat konten yang sesuai dengan pandangan mereka yang sudah ada. Misalnya, jika seorang pengguna sering menonton video tentang teknologi, algoritma YouTube akan cenderung merekomendasikan lebih banyak video tentang teknologi, sehingga pengguna tersebut jarang terpapar pada konten lain yang mungkin bermanfaat atau memberikan perspektif baru.

Selain itu, algoritma YouTube juga dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan disinformasi atau propaganda. Konten yang sensasional atau kontroversial cenderung lebih mudah viral karena algoritma memprioritaskan video dengan tingkat keterlibatan tinggi. Hal ini dapat menyebabkan informasi yang salah atau menyesatkan menyebar dengan cepat dan luas.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana algoritma YouTube bekerja dan dampaknya terhadap visibilitas konten dan kebebasan berekspresi. Dengan memahami mekanisme ini, kita dapat merumuskan solusi untuk mengurangi dampak negatif dari algoritma dan memastikan bahwa YouTube tetap menjadi platform yang bermanfaat bagi semua pengguna.

Algoritma rekomendasi YouTube dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna, namun dapat menyebabkan bias terhadap konten sensasional atau kontroversial. Konten yang lebih bernuansa atau mewakili pandangan minoritas mungkin kurang terlihat. Hal ini dapat memperkuat bias yang ada dan membatasi keragaman konten yang dilihat pengguna, sehingga menghambat dialog terbuka.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana algoritma YouTube dapat menghambat kebebasan berekspresi, terutama untuk konten yang tidak populer atau dianggap

kontroversial. Dengan memahami ini, kita dapat menemukan solusi untuk memastikan YouTube tetap menjadi platform yang inklusif dan demokratis bagi semua orang.

Channel YouTube Uzone Indonesia, sebagai salah satu channel teknologi terkemuka di Indonesia, menawarkan studi kasus yang menarik untuk menganalisis dinamika antara algoritma YouTube, visibilitas konten, dan kebebasan berekspresi dalam konteks lokal. Dengan fokus pada konten teknologi, Uzone Indonesia menarik audiens yang luas dan beragam, mulai dari penggemar gadget hingga profesional teknologi. Ini menjadikannya subjek ideal untuk menyelidiki bagaimana algoritma YouTube membentuk lanskap informasi di niche yang spesifik, serta bagaimana konten yang berbeda diperlakukan oleh algoritma.

Sebagai contoh, video review produk terbaru mungkin mendapatkan prioritas lebih tinggi dalam rekomendasi algoritma karena dianggap relevan dan menarik bagi banyak pengguna. Di sisi lain, video yang membahas isu-isu kontroversial dalam industri teknologi, seperti masalah privasi data atau monopoli platform, mungkin kurang mendapatkan visibilitas karena dianggap kurang menarik atau berpotensi menimbulkan perdebatan. Pengalaman tim Uzone Indonesia dalam berinteraksi dengan algoritma YouTube dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana kreator konten harus menyesuaikan strategi mereka untuk mendapatkan perhatian algoritma, serta tantangan yang mereka hadapi dalam menyampaikan konten yang beragam dan terkadang kontroversial.

Konten yang membahas isu-isu teknologi relevan dengan masyarakat Indonesia, seperti perkembangan jaringan 5G atau adopsi teknologi finansial, berpotensi mendapatkan prioritas yang berbeda dalam algoritma YouTube dibandingkan dengan konten yang membahas tren teknologi global yang lebih luas. Algoritma mungkin memprioritaskan konten yang dianggap lebih relevan dengan audiens lokal, sehingga konten yang membahas isu-isu spesifik Indonesia bisa mendapatkan visibilitas lebih tinggi di antara pengguna Indonesia. Sebaliknya, konten tentang tren teknologi global yang mungkin kurang relevan dengan konteks lokal Indonesia bisa jadi kurang mendapatkan perhatian dari algoritma dan pengguna.

Selain itu, terdapat kemungkinan adanya bias bahasa dalam algoritma YouTube yang dapat mempengaruhi visibilitas konten berbahasa Indonesia. Algoritma mungkin lebih terlatih untuk memahami dan memproses konten berbahasa Inggris, yang merupakan bahasa dominan di internet. Akibatnya, konten berbahasa Indonesia bisa jadi kurang terdeteksi atau kurang direkomendasikan oleh algoritma, walaupun konten tersebut berkualitas tinggi dan relevan dengan audiens Indonesia. Hal ini dapat menciptakan hambatan bagi kreator konten berbahasa Indonesia untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan bersaing dengan konten berbahasa Inggris.

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, penelitian ini akan memberikan kontribusi baru dengan menganalisis secara spesifik bagaimana algoritma YouTube mempengaruhi visibilitas konten dan kebebasan berekspresi di Indonesia, terutama dalam konteks channel teknologi seperti Uzone Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi kreator konten, platform YouTube, dan pembuat kebijakan untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih adil, transparan, dan mendukung keberagaman, serta mendorong algoritma YouTube Uzone Indonesia Dalam Menciptakan Visibilitas Konten dan Kebebasan Berekspresi

Dari permasalahan tersebut, maka penulis mengajukan diri untuk merancang menganalisa YouTube Uzone Indonesia untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Selanjutnya penulis sangat tertarik untuk mengangkat aktivitas ini dalam Tugas Akhir dengan judul : “Algoritma YouTube Uzone Indonesia Dalam Menciptakan Visibilitas Konten dan Kebebasan Berekspresi”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam inisiasi penelitian, landasan keyakinan dan panduan berpikir yang menjadi karakteristik dalam mendefinisikan suatu masalah menjadi krusial. Kerangka kerja ini, yang disebut paradigma, dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen sebagai kumpulan persepsi, konsep, atau proposisi yang diakui secara umum dan mengarahkan proses analisis.

Dalam konteks penelitian, paradigma merupakan sudut pandang peneliti terhadap persepsi dasar mengenai objek penelitian yang akan diterapkan dalam pelaksanaan riset. Paradigma ini berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam menentukan metodologi dan model penelitian yang tepat (Abdussamad, 2021).

Kajian komunikasi mengidentifikasi empat pendekatan paradigma penelitian utama: positivisme, post positivisme, konstruktivisme, dan kritis. Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme dipilih untuk memahami pesan komunikasi antara ibu dan anak sebagai realitas sosial. Paradigma konstruktivisme memberikan fleksibilitas dalam membangun pemahaman guna mengungkap permasalahan atau realitas yang menjadi fokus penelitian (Fauzi et al., 2022).

Penelitian kualitatif memiliki relevansi yang signifikan dalam ilmu komunikasi karena pendekatannya yang berpusat pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial budaya dalam masyarakat. Dengan mengadopsi prinsip umum dan menganalisis pola yang teridentifikasi dari indikasi sosial budaya, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh representasi yang akurat mengenai contoh yang terjadi. Metodologi ini memberikan landasan bagi peneliti komunikasi untuk menginterpretasi makna, pemahaman, dan konteks yang melandasi interaksi serta perilaku manusia dalam ranah komunikasi. Menurut John W. Creswell dalam buku *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan:

“Metode penelitian kualitatif merupakan metode untuk menggambarkan, memahami, dan mengembangkan makna oleh beberapa individu atau kelompok yang sumbernya berupa masalah sosial atau kemanusiaan. Upaya penelitian kualitatif dalam prosesnya melibatkan usaha seperti pengajuan pertanyaan dan prosedur, pengumpulan data dari partisipan secara spesifik, tema dari khusus ke umum yang dianalisa secara induktif dan menafsirkan makna data. Penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel dalam laporan akhirnya. Partisipan dalam penelitian ini harus menerapkan cara pandang yang bermodel induktif, berfokus terhadap makna individual dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan.” (Creswell 2013: 4-5)

Creswell (2002:19) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu proses penelitian yang berpusat pada pemahaman mendalam tentang masalah manusia atau masyarakat. Peneliti berupaya membangun gambaran menyeluruh yang kompleks, menganalisis kata-kata, melaporkan pendapat informan secara rinci, dan melakukan penelitian dalam konteks alami.

Definisi riset kualitatif menurut (Sugiyono, 2015:1) ialah:

“Struktur pengamatan kualitatif digunakan untuk meneliti keadaan gejala secara alamiah (lawan dari eksperimen). Pada metode ini peneliti berperan sebagai pelaku utama. Kiat akumulasi fakta dilakukan melalui triangulasi (gabungan).

Perolehan penelitian lebih menekankan makna daripada abstraksi. Penjabaran data berupa induktif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana algoritma YouTube memengaruhi visibilitas konten dan kebebasan berekspresi pada channel Uzone Indonesia. Penelitian kualitatif memungkinkan eksplorasi yang mendalam terhadap persepsi, pengalaman, dan strategi yang diterapkan oleh tim Uzone Indonesia dalam berinteraksi dengan algoritma. Selain itu, pendekatan ini juga memungkinkan analisis yang lebih bernuansa terhadap konten video Uzone Indonesia dan bagaimana konten tersebut dipengaruhi oleh perubahan algoritma. Dengan demikian, penelitian kualitatif memberikan kerangka kerja yang sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kompleks dan multi-faceted terkait algoritma YouTube pada visibilitas konten dan kebebasan berekspresi.

Waktu Penelitian

Penelitian ini mengkaji dampak perubahan algoritma YouTube pada akhir tahun 2023 terhadap channel YouTube Uzone Indonesia. Berdasarkan teori uses & gratification, penelitian ini berfokus pada bagaimana audiens menggunakan konten Uzone Indonesia untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mereka.

Data dikumpulkan selama tiga bulan, dari April hingga Juni 2024, melalui observasi terhadap interaksi audiens dengan konten Uzone Indonesia di YouTube. Rentang waktu ini dipilih untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana audiens merespons perubahan algoritma dan bagaimana hal ini mempengaruhi kepuasan mereka terhadap konten yang ditawarkan.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

NO	Keterangan	Bulan/Minggu															
		April				Mei				Juni							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Persiapan																
2	Pengajuan Judul dan Topik																
3	Penyusunan Skripsi dan Topik																

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten video yang diproduksi dan diunggah oleh Uzone Indonesia di platform YouTube. Konten-konten tersebut akan dianalisis untuk melihat bagaimana algoritma YouTube menciptakan visibilitasnya, serta bagaimana Uzone Indonesia merespons dan beradaptasi dengan perubahan algoritma.

Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan tentang bagaimana peneliti memahami konsep-konsep yang akan diteliti. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang konsep-konsep dalam penelitian ini:

- Algoritma YouTube:** Singarimbun dan Effendi (2006) mendefinisikan algoritma sebagai "serangkaian instruksi atau aturan yang terstruktur dan terbatas untuk menyelesaikan suatu masalah atau melakukan suatu tugas." Dalam konteks YouTube, algoritma ini berperan sebagai "pintu gerbang" yang menentukan konten mana yang akan mendapatkan visibilitas tinggi.

2. **Visibilitas Konten:** Menurut penelitian oleh Yan dan Zhang (2018), visibilitas konten di platform digital seperti YouTube dapat diukur melalui berbagai metrik, termasuk jumlah tayangan, waktu tonton, tingkat interaksi (suka, komentar, bagikan), dan posisi dalam hasil pencarian.
3. **Kebebasan Berekspresi:** Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia Pasal 19 menyatakan bahwa "Setiap orang berhak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi; hak ini mencakup kebebasan untuk berpendapat tanpa intervensi dan untuk mencari, menerima dan menyampaikan informasi dan ide melalui media apa pun dan tanpa memandang batas." Dalam konteks penelitian ini, kebebasan berekspresi di YouTube akan dievaluasi berdasarkan sejauh mana platform mengakomodasi beragam konten dan perspektif.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu fenomena sosial, budaya, atau pengalaman individu. Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif:

1) Wawancara:

- a) **Wawancara Mendalam :** Wawancara tatap muka Dengan Bapak Trisno Heriyanto selaku pemimpin redaksi Uzone.id, wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang kaya dan mendalam tentang bagaimana algoritma YouTube memengaruhi visibilitas konten dan kebebasan berekspresi dari perspektif praktisi yang berpengalaman. Informasi ini akan melengkapi data observasi dan analisis konten, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika antara algoritma, konten, dan kebebasan berekspresi di platform YouTube.
- b) **Wawancara Kelompok Fokus (*Focus Group Discussion/FGD*):** Diskusi terarah dalam kelompok kecil (6-10 orang) untuk mendapatkan berbagai perspektif dan dinamika interaksi terkait topik penelitian.

2) Observasi:

- a) **Observasi Partisipan:** Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari responden untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konteks dan perilaku mereka.
- b) **Observasi Non-Partisipan:** Peneliti mengamati responden dari jarak jauh tanpa terlibat langsung dalam aktivitas mereka.

3) Dokumentasi:

- a) **Dokumentasi:** Analisis dokumen tertulis seperti catatan lapangan, buku harian, surat, laporan, artikel, atau dokumen resmi untuk mendapatkan informasi tentang peristiwa masa lalu, kebijakan, atau perspektif yang relevan dengan penelitian.

Pemilihan Teknik Pengumpulan Data: Pemilihan teknik pengumpulan data tergantung pada tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, sumber daya yang tersedia, dan karakteristik responden. Seringkali, peneliti kualitatif menggunakan kombinasi dari beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Peneliti akan mengumpulkan data dengan mengamati konten video yang diunggah oleh Uzone Indonesia selama periode penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi:

1. **Jumlah tayangan:** Jumlah total tayangan setiap video.

2. **Tanggal unggah:** Tanggal dan waktu setiap video diunggah.
3. **Jenis konten:** Kategorisasi setiap video berdasarkan jenis kontennya.

Metode Analisis Data

Model analisis data kualitatif Miles dan Huberman adalah kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif secara sistematis dan komprehensif. Model ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang saling terkait, yaitu:

1. **Reduksi Data :** Proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Dalam konteks penelitian ini, reduksi data dapat berupa pengurangan jumlah video yang dianalisis, pemilihan data yang paling relevan dengan fokus penelitian, atau pembuatan ringkasan dari data yang kompleks.
2. **Penyajian Data:** Proses pengorganisasian dan penyajian data yang telah direduksi dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti matriks, grafik, jaringan, atau diagram. Dalam penelitian ini, penyajian data dapat berupa tabel yang menunjukkan hubungan antara jenis konten, waktu unggah, dan jumlah tayangan, atau grafik yang menggambarkan perubahan visibilitas konten dari waktu ke waktu.
3. **Penarikan Kesimpulan/Verifikasi:** Proses pengambilan kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan, serta pengujian dan verifikasi terhadap kesimpulan tersebut. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dapat berupa pernyataan tentang dampak perubahan algoritma YouTube terhadap visibilitas konten Uzone Indonesia, serta saran-saran untuk meningkatkan visibilitas konten di masa depan.

Model Miles dan Huberman ini sangat relevan dengan penelitian ini karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis data yang kompleks dan beragam, seperti data observasi terhadap konten video, data wawancara dengan tim Uzone Indonesia, dan data dari studi komparatif dengan channel teknologi lain. Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat mengelola data yang besar, mengidentifikasi pola dan tema yang penting, serta menarik kesimpulan yang valid dan dapat diandalkan.

Contoh, dalam tahap reduksi data, peneliti dapat memilih untuk fokus pada video-video yang paling populer atau paling kontroversial dari Uzone Indonesia, atau video-video yang mengalami perubahan visibilitas yang paling signifikan setelah perubahan algoritma. Dalam tahap penyajian data, peneliti dapat membuat tabel yang menunjukkan jumlah tayangan, komentar, dan like untuk setiap video, atau grafik yang menunjukkan perubahan visibilitas konten dari waktu ke waktu. Dalam tahap penarikan kesimpulan, peneliti dapat menganalisis data yang telah disajikan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi visibilitas konten Uzone Indonesia, serta merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan visibilitas konten di masa depan.

Keabsahan Data

Triangulasi data adalah teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan keabsahan dan kredibilitas temuan dengan cara membandingkan dan menggabungkan informasi dari berbagai sumber, metode, atau teori. Tujuan triangulasi adalah untuk mengurangi bias, meningkatkan akurasi, dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Terdapat empat jenis triangulasi data:

1. **Triangulasi Sumber:** Membandingkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara dengan informan yang berbeda, dokumen, atau observasi.
2. **Triangulasi Metode:** Menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, untuk memperoleh perspektif yang berbeda tentang fenomena yang sama.

3. **Triangulasi Waktu:** Mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk melihat apakah ada perubahan atau konsistensi dalam fenomena yang diteliti.
 4. **Triangulasi Teori:** Menggunakan berbagai kerangka teori untuk menganalisis data dan melihat apakah temuan mendukung atau bertentangan dengan teori-teori tersebut.
- Dalam penelitian ini, jenis triangulasi yang paling sesuai adalah **triangulasi metode**.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. **Observasi konten video:** Data jumlah tayangan, waktu unggah, dan jenis konten dikumpulkan dari video YouTube Uzone Indonesia.
2. **Analisis konten:** Peneliti menganalisis isi video untuk memahami bagaimana Uzone Indonesia merespons perubahan algoritma dan menjaga kebebasan berekspresi.
3. **Wawancara:** Peneliti melakukan wawancara dengan pemimpin redaksi dari Uzone Indonesia untuk mengetahui permasalahan lebih mendalam.

Dengan menggunakan triangulasi metode, penelitian ini dapat membandingkan data dari observasi konten video dan analisis konten untuk melihat apakah terdapat konsistensi atau perbedaan. Misalnya, jika data observasi menunjukkan penurunan jumlah tayangan setelah perubahan algoritma, analisis konten dapat membantu menjelaskan mengapa hal ini terjadi (misalnya, karena perubahan jenis konten atau kurangnya optimasi SEO). Dengan demikian, triangulasi metode dapat meningkatkan keabsahan temuan penelitian ini dengan memberikan bukti yang lebih kuat dan mengurangi potensi bias dari penggunaan satu metode saja.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

Objek Penelitian: Konten Video Uzone Indonesia sebagai Fokus Utama

Objek penelitiannya adalah konten video yang diunggah oleh channel YouTube Uzone Indonesia. Ini mencakup berbagai jenis video yang di produksi, seperti ulasan gadget, berita teknologi, tutorial, liputan acara, dan konten kreatif lainnya. Fokus utama adalah pada bagaimana perubahan algoritma YouTube pada akhir tahun 2023 mempengaruhi visibilitas dan jangkauan konten-konten ini.

Visibilitas konten dapat diukur melalui beberapa metrik utama, termasuk:

1. **Jumlah tayangan video:** Menunjukkan seberapa sering video dilihat oleh pengguna YouTube.
2. **Durasi tonton rata-rata:** Mengukur berapa lama penonton menonton video, yang dapat mengindikasikan seberapa menarik dan relevan konten tersebut.
3. **Tingkat interaksi:** Meliputi jumlah suka, komentar, dan berbagi, yang mencerminkan seberapa aktif penonton terlibat dengan konten.
4. **Peringkat pencarian:** Menunjukkan seberapa baik video muncul dalam hasil pencarian YouTube untuk kata kunci terkait.

Analisis konten video dapat dilakukan untuk mengidentifikasi pola atau perubahan dalam strategi Uzone Indonesia sebagai respons terhadap perubahan algoritma. Ini termasuk:

1. **Jenis konten:** Apakah ada perubahan dalam jenis video yang diproduksi, misalnya lebih banyak video pendek atau konten langsung?
2. **Gaya penyampaian:** Apakah ada perubahan dalam cara penyampaian informasi, seperti penggunaan lebih banyak elemen visual atau narasi yang lebih menarik?
3. **Penggunaan kata kunci dan tag:** Apakah ada perubahan dalam strategi optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas video?
4. **Frekuensi unggahan:** Apakah ada perubahan dalam seberapa sering video baru diunggah?

Subjek Penelitian: Tim Uzone Indonesia sebagai Penggerak Konten

Subjek penelitian adalah tim Uzone Indonesia yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pembuatan konten untuk channel YouTube mereka. Meskipun penelitian ini tidak akan melibatkan wawancara atau interaksi langsung dengan tim, pemahaman tentang strategi dan perspektif mereka dapat diperoleh melalui berbagai cara:

1. **Analisis mendalam konten video:** Melihat bagaimana mereka merespons perubahan algoritma melalui perubahan dalam strategi konten mereka.
2. **Penelitian informasi publik:** Mencari artikel, wawancara, atau postingan media sosial yang relevan tentang Uzone Indonesia dan pendekatan mereka terhadap pembuatan konten.
3. **Analisis kompetitif:** Membandingkan strategi Uzone Indonesia dengan channel YouTube serupa di bidang teknologi untuk mengidentifikasi praktik terbaik dan tren industri.

Dengan memahami strategi dan perspektif tim Uzone Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana kreator konten beradaptasi dengan perubahan algoritma dan tetap relevan di platform YouTube yang terus berkembang.

Hasil penelitian dan Pembahasan**Hasil penelitian: Dampak Perubahan Algoritma YouTube**

Hasil penelitian ini secara mendalam mengungkapkan adanya fluktuasi yang signifikan dalam jumlah tayangan video di platform YouTube setelah diberlakukannya perubahan algoritma pada akhir tahun 2023. Perubahan ini menunjukkan bahwa algoritma yang baru diimplementasikan oleh YouTube memiliki karakteristik yang lebih dinamis dan responsif terhadap beragam faktor yang mempengaruhi rekomendasi serta peringkat video.

Penelitian ini mencatat bahwa beberapa video mengalami peningkatan jumlah tayangan yang sangat signifikan, yang menunjukkan adanya penyesuaian algoritma yang secara efektif mampu mendeteksi dan mempromosikan konten-konten tertentu. Namun, tidak semua kreator menikmati keuntungan dari perubahan ini; sejumlah video justru mengalami penurunan drastis dalam jumlah tayangan, meskipun konten yang disajikan berada dalam kategori yang serupa.

Fenomena ini menggarisbawahi kompleksitas algoritma YouTube yang terus berkembang, serta tantangan yang dihadapi oleh para kreator konten dalam upaya untuk memahami dan beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Perubahan algoritma ini mencerminkan peningkatan upaya YouTube dalam menyesuaikan konten yang direkomendasikan dengan preferensi pengguna yang lebih individual dan dinamis, meskipun hal ini juga memunculkan ketidakpastian bagi kreator dalam memprediksi kinerja konten mereka di masa mendatang.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti perlunya pendekatan yang lebih strategis dari para kreator konten dalam mengembangkan dan mempublikasikan video di platform ini. Adaptasi yang cepat dan pemahaman yang mendalam terhadap mekanisme algoritma yang baru menjadi kunci penting dalam mempertahankan dan meningkatkan jangkauan audiens di era digital yang semakin kompetitif.

1. **Dinamika Algoritma dan Tantangan Adaptasi:** Hasil penelitian ini sesuai dengan kajian Gorwa et al. (2020) yang menunjukkan bagaimana algoritma dapat secara substansial mempengaruhi jangkauan dan visibilitas konten. Algoritma yang terus berkembang, meskipun bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan relevansi konten, dapat menyebabkan ketidakpastian bagi kreator konten. Wawancara dengan pemimpin redaksi Uzone.id mengungkapkan kesulitan mereka dalam

- memprediksi perubahan algoritma dan dampaknya terhadap konten. Video yang sebelumnya populer bisa mengalami penurunan drastis, menuntut adaptasi yang cepat dan strategis.
2. **Filter Bubble dan Bias Algoritma:** Peningkatan jumlah konten yang diunggah setiap hari di YouTube menciptakan persaingan yang semakin ketat. Algoritma berperan sebagai filter, memprioritaskan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna yang sudah ada, seperti yang disoroti dalam penelitian Chaslot (2019). Hal ini dapat menciptakan *filter bubble* dan memperkuat bias yang ada, sehingga membatasi paparan terhadap beragam perspektif. Uzone.id, misalnya, mungkin mengamati bahwa video dengan topik kontroversial atau sudut pandang berbeda mendapatkan visibilitas yang lebih rendah, sehingga menyulitkan mereka untuk menyajikan konten yang beragam dan merangsang dialog terbuka.
 3. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Visibilitas:** Algoritma YouTube mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan visibilitas konten, termasuk tingkat interaksi pengguna, relevansi konten dengan tren terkini, dan kualitas video secara keseluruhan. Artikel ToffeeDev (2024) dan hasil observasi terhadap konten Uzone.id menyoroti pentingnya memahami metrik seperti *click-through rate* (CTR), waktu tonton, dan riwayat tontonan pengguna. Uzone.id mungkin perlu mengoptimalkan judul, thumbnail, dan deskripsi video mereka, serta mendorong interaksi pengguna melalui pertanyaan dan ajakan untuk berdiskusi di kolom komentar.
 4. **Strategi Optimasi dan Adaptasi:** Hasil wawancara menunjukkan bahwa Uzone Indonesia telah menerapkan berbagai strategi untuk beradaptasi dengan perubahan algoritma, seperti melakukan riset kata kunci yang lebih mendalam, membuat thumbnail dan judul yang lebih menarik, serta berkolaborasi dengan kreator lain. Mereka juga secara teratur memantau dan menganalisis data kinerja video untuk memahami tren dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Pedoman resmi YouTube juga dapat memberikan informasi tentang perubahan spesifik dalam algoritma dan cara kreator konten dapat mengoptimalkan video mereka.
 5. **Keseimbangan antara Optimasi dan Kebebasan Berekspresi:** Pemimpin redaksi Uzone.id mengungkapkan bahwa mereka berusaha menjaga keseimbangan antara membuat konten yang menarik bagi algoritma dengan tetap menjaga integritas dan kebebasan berekspresi mereka. Mereka menyadari bahwa konten yang kontroversial atau sensitif mungkin mendapatkan visibilitas yang lebih rendah, tetapi mereka tetap berkomitmen untuk menyampaikan pesan yang jujur dan otentik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan algoritma YouTube memiliki dampak yang signifikan terhadap visibilitas konten dan menuntut adaptasi yang berkelanjutan dari para kreator. Memahami dinamika algoritma, mengoptimalkan konten, mendorong interaksi pengguna, dan menjaga keseimbangan antara optimasi dan kebebasan berekspresi adalah kunci untuk sukses di platform yang terus berkembang ini.

Pembahasan

1. Dinamika Algoritma dan Tantangan Adaptasi

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian Gorwa et al. (2020) yang menunjukkan bagaimana algoritma dapat secara substansial mempengaruhi jangkauan dan visibilitas konten. Algoritma yang terus berkembang, meskipun bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan relevansi konten, dapat menyebabkan ketidakpastian bagi kreator konten. Perubahan dalam cara algoritma menilai dan memprioritaskan video dapat mengakibatkan fluktuasi visibilitas yang signifikan, sehingga menuntut adaptasi terus-menerus dari para kreator. Hal ini didukung oleh pernyataan pemimpin redaksi Uzone.id yang mengakui bahwa

mereka mengamati perubahan signifikan dalam visibilitas konten mereka setelah perubahan algoritma, dan mereka harus beradaptasi dengan perubahan perilaku pengguna dan preferensi konten yang dipengaruhi oleh algoritma.

Perubahan algoritma YouTube pada akhir 2023 telah menciptakan lanskap yang dinamis dan menantang bagi para kreator konten. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma yang terus berkembang dapat menyebabkan fluktuasi yang signifikan dalam visibilitas konten, bahkan untuk video dengan jenis konten yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma tidak hanya mempertimbangkan jenis konten, tetapi juga berbagai faktor lain yang lebih kompleks dan dinamis.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi kreator konten adalah ketidakpastian dalam memprediksi bagaimana perubahan algoritma akan mempengaruhi konten mereka. Video yang sebelumnya populer dan mendapatkan banyak tayangan mungkin tiba-tiba mengalami penurunan drastis dalam visibilitas setelah perubahan algoritma. Hal ini dapat membuat kreator konten merasa frustrasi dan kesulitan dalam merencanakan strategi konten mereka.

Wawancara dengan pemimpin redaksi Uzone.id mengungkapkan bahwa mereka juga mengalami kesulitan dalam memprediksi perubahan algoritma dan dampaknya terhadap konten mereka. Mereka harus terus memantau dan menganalisis data kinerja video mereka untuk memahami tren dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Selain itu, mereka juga harus siap untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan algoritma, termasuk melakukan perubahan pada strategi konten mereka jika diperlukan.

2. Filter Bubble dan Bias Algoritma

Peningkatan jumlah konten yang diunggah setiap hari di YouTube menciptakan persaingan yang semakin ketat. Algoritma berperan sebagai filter, memprioritaskan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna yang sudah ada, seperti yang disoroti dalam penelitian Chaslot (2019). Hal ini dapat menciptakan filter bubble dan memperkuat bias yang ada, sehingga membatasi paparan terhadap beragam perspektif. Uzone.id, misalnya, mungkin mengamati bahwa video dengan topik kontroversial atau sudut pandang berbeda mendapatkan visibilitas yang lebih rendah, sehingga menyulitkan mereka untuk menyajikan konten yang beragam dan merangsang dialog terbuka.

Algoritma YouTube, meskipun bertujuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, dapat secara tidak sengaja menciptakan filter *bubble*, yaitu situasi di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka yang sudah ada. Hal ini dapat menghambat paparan terhadap beragam perspektif dan memperkuat bias yang ada.

Filter bubble dapat terjadi karena algoritma YouTube cenderung merekomendasikan video yang mirip dengan video yang telah ditonton pengguna sebelumnya. Jika seorang pengguna sering menonton video tentang teknologi, misalnya, algoritma akan cenderung merekomendasikan lebih banyak video tentang teknologi, sehingga pengguna tersebut jarang terpapar pada konten lain yang mungkin bermanfaat atau memberikan perspektif baru.

Selain itu, algoritma YouTube juga dapat memperkuat bias yang ada. Misalnya, jika seorang pengguna cenderung menyukai video dari saluran tertentu, algoritma akan cenderung merekomendasikan lebih banyak video dari saluran tersebut, bahkan jika video tersebut tidak relevan dengan minat pengguna atau mengandung informasi yang salah.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Visibilitas

Algoritma YouTube mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan visibilitas konten, termasuk tingkat interaksi pengguna, relevansi konten dengan tren terkini, dan kualitas video secara keseluruhan. Artikel ToffeeDev (2024) dan hasil observasi terhadap konten Uzone.id menyoroti pentingnya memahami metrik seperti click-through rate (CTR), waktu tonton, dan riwayat tontonan pengguna. Uzone.id mungkin perlu mengoptimalkan judul,

thumbnail, dan deskripsi video mereka, serta mendorong interaksi pengguna melalui pertanyaan dan ajakan untuk berdiskusi di kolom komentar.

Visibilitas konten di YouTube sangat dipengaruhi oleh algoritma, yang mempertimbangkan berbagai faktor untuk menentukan video mana yang akan muncul di hasil pencarian, rekomendasi, dan halaman beranda pengguna. Beberapa faktor kunci yang mempengaruhi visibilitas konten meliputi:

1. **Tingkat interaksi pengguna:** Jumlah suka, komentar, dan berbagi pada video menunjukkan seberapa besar keterlibatan penonton dengan konten tersebut. Algoritma YouTube cenderung memprioritaskan video dengan tingkat interaksi yang tinggi karena dianggap lebih relevan dan menarik bagi pengguna.
2. **Relevansi konten dengan tren terkini:** Algoritma YouTube juga mempertimbangkan apakah konten video sesuai dengan tren dan topik yang sedang populer di kalangan pengguna. Video yang relevan dengan tren terkini cenderung mendapatkan visibilitas yang lebih tinggi karena dianggap lebih menarik bagi banyak pengguna.
3. **Kualitas video secara keseluruhan:** Kualitas produksi video, termasuk visual, audio, dan penyuntingan, juga dapat memengaruhi visibilitasnya. Video dengan kualitas produksi yang baik cenderung lebih menarik bagi penonton dan dapat meningkatkan waktu tonton, yang merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh algoritma.
4. **Click-through rate (CTR):** CTR adalah persentase pengguna yang mengklik video setelah melihatnya di hasil pencarian atau rekomendasi. CTR yang tinggi menunjukkan bahwa judul dan thumbnail video efektif dalam menarik perhatian pengguna, yang dapat memberi sinyal positif kepada algoritma.
5. **Waktu tonton:** Waktu tonton mengukur berapa lama pengguna menonton video. Waktu tonton yang tinggi menunjukkan bahwa konten video menarik dan relevan bagi penonton, yang dapat meningkatkan visibilitasnya.
6. **Riwayat tontonan pengguna:** Algoritma YouTube juga mempertimbangkan riwayat tontonan pengguna untuk merekomendasikan video yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka.

4. Strategi Optimasi dan Adaptasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Uzone Indonesia telah menerapkan berbagai strategi untuk beradaptasi dengan perubahan algoritma, seperti melakukan riset kata kunci yang lebih mendalam, membuat thumbnail dan judul yang lebih menarik, serta berkolaborasi dengan kreator lain. Mereka juga secara teratur memantau dan menganalisis data kinerja video untuk memahami tren dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Pedoman resmi YouTube juga dapat memberikan informasi tentang perubahan spesifik dalam algoritma dan cara kreator konten dapat mengoptimalkan video mereka.

Kreator konten perlu mengadopsi strategi proaktif untuk mengoptimalkan konten mereka dan meningkatkan visibilitas di platform YouTube. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

1. **Riset kata kunci yang mendalam:** Memahami kata kunci yang relevan dengan konten dan audiens target dapat membantu meningkatkan peringkat video dalam hasil pencarian YouTube.
2. **Thumbnail dan judul yang menarik:** Thumbnail yang menarik dan judul yang deskriptif dapat meningkatkan CTR video, yang merupakan sinyal positif bagi algoritma.

3. **Kolaborasi dengan kreator lain:** Berkolaborasi dengan kreator lain dapat membantu memperluas jangkauan konten dan menjangkau audiens baru.
4. **Pemantauan dan analisis data:** Memantau dan menganalisis data kinerja video secara teratur dapat membantu kreator konten memahami tren dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
5. **Mengikuti pedoman resmi YouTube:** Memahami dan mengikuti pedoman komunitas YouTube dapat membantu memastikan bahwa konten tidak melanggar kebijakan dan tetap memenuhi syarat untuk direkomendasikan oleh algoritma.

5. Keseimbangan antara Optimasi dan Kebebasan Berekspresi

Pemimpin redaksi Uzone.id mengungkapkan bahwa mereka berusaha menjaga keseimbangan antara membuat konten yang menarik bagi algoritma dengan tetap menjaga integritas dan kebebasan berekspresi mereka. Mereka menyadari bahwa konten yang kontroversial atau sensitif mungkin mendapatkan visibilitas yang lebih rendah, tetapi mereka tetap berkomitmen untuk menyampaikan pesan yang jujur dan otentik.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi kreator konten adalah menjaga keseimbangan antara mengoptimalkan konten untuk algoritma dan tetap menjaga kebebasan berekspresi mereka. Algoritma YouTube cenderung memprioritaskan konten yang menarik dan menghibur, yang dapat mendorong kreator konten untuk membuat konten yang sensasional atau kontroversial. Namun, hal ini dapat mengorbankan integritas dan kebebasan berekspresi mereka.

Pemimpin redaksi Uzone.id mengakui bahwa mereka kadang-kadang harus membuat keputusan sulit tentang konten mana yang akan diproduksi dan bagaimana konten tersebut akan disajikan. Mereka berusaha untuk membuat konten yang relevan dan menarik bagi audiens mereka, tetapi mereka juga tidak ingin mengorbankan nilai-nilai dan prinsip mereka.

Penting bagi kreator konten untuk menemukan cara untuk menyeimbangkan kedua hal ini. Mereka harus memahami bagaimana algoritma bekerja dan menggunakan pengetahuan ini untuk membuat konten yang menarik bagi algoritma, tetapi mereka juga harus tetap setia pada diri mereka sendiri dan menyampaikan pesan yang mereka yakini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Algoritma YouTube terhadap Visibilitas Konten

Penelitian ini dengan jelas menunjukkan bahwa perubahan algoritma YouTube pada akhir 2023 memiliki dampak yang signifikan terhadap visibilitas konten, terutama bagi kreator seperti Uzone Indonesia. Algoritma baru, meskipun bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, justru menghadirkan tantangan baru karena sifatnya yang dinamis dan kompleks. Kreator konten harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi rekomendasi dan peringkat video, serta secara aktif mengoptimalkan konten mereka.

2. Algoritma YouTube terhadap Kebebasan Berekspresi

Temuan kunci dari penelitian ini adalah bahwa algoritma YouTube dapat secara tidak sengaja menciptakan *filter bubble*, membatasi paparan pengguna terhadap beragam perspektif. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang potensi pembatasan kebebasan berekspresi secara tidak langsung, terutama bagi konten yang dianggap kontroversial atau tidak sejalan dengan preferensi mayoritas pengguna.

Kesimpulan Umum

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana perubahan algoritma dapat mempengaruhi visibilitas konten dan kebebasan berekspresi di YouTube. Kreator konten perlu memahami dinamika algoritma, mengoptimalkan konten mereka, dan mendorong interaksi pengguna. Selain itu, penting bagi platform YouTube untuk meningkatkan transparansi algoritma dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk memastikan keberagaman konten dan kebebasan berekspresi tetap terjaga.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang lebih detail yang dapat diberikan kepada Uzone Indonesia dan kreator konten lain untuk menghadapi tantangan algoritma YouTube dan meningkatkan visibilitas konten mereka:

1. Pahami algoritma dan audiens Anda dengan memantau perubahan, analisis data, dan identifikasi kebutuhan mereka.
2. Prioritaskan kualitas konten dengan produksi yang baik, optimalisasi metadata, dan penyampaian yang menarik.
3. Bangun komunitas dengan interaksi aktif, manfaatkan fitur komunitas, dan buat konten yang mengajak partisipasi.
4. Diversifikasi konten dengan mencoba format baru, membuat seri, dan repurpose konten.
5. Kolaborasi dengan kreator lain dan bergabung dalam komunitas untuk memperluas jangkauan dan berbagi pengetahuan.
6. Terus beradaptasi dan berinovasi dengan mengikuti perkembangan terbaru, mencoba hal baru, dan berpikir kreatif.

Dengan mengikuti saran-saran ini, kreator konten dapat meningkatkan peluang mereka untuk sukses di platform YouTube yang kompetitif. Ingatlah bahwa kunci kesuksesan adalah kombinasi antara pemahaman tentang algoritma, kualitas konten, interaksi dengan penonton, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Deepublish.
- Chaslot, G. (2019). *The YouTube recommendation algorithm and its effects on content diversity*. Presentation at the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAT).
- Creswell, J. W. (2002). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Merrill Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga. Sage Publications.
- Fauzi, A., Akbar, R. A., & Putra, N. (2022). *Paradigma Penelitian: Positivisme, Post-Positivisme, Konstruktivisme, dan Kritis*. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik, 3(3), 825-834.
- Govra, R., Lewis, R., & Levy, D. (2020). *Algorithmic Censorship and Freedom of Expression on YouTube*. Data & Society Research Institute.
- Google. (2023). *How YouTube Works*. Diakses dari <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. The Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523.
- Lewis, R. (2018). *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*. Data & Society Research Institute.

- ◆ Lubis, A. H. (2018). *Kebebasan Berekspresi di Media Sosial: Studi Kasus Penutupan Akun Twitter dan Instagram Aktivis Ratna Sarumpaet*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 16(2), 121-134.
- ◆ McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). *The television audience: A revised perspective*. In *Sociology of mass communications* (pp. 135-165). Penguin Books.
- ◆ Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rosengren, K. E. (1985). *Uses and gratifications research: The past ten years*. In *Mass communication review yearbook* (Vol. 5, pp. 153-189). Sage Publications.
- ◆ Rubin, A. M. (2002). *The uses-and-gratifications perspective of media effects*. In *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525-548). Routledge.
- ◆ SAFEnet. (n.d.). *Southeast Asia Freedom of Expression Network*. Diakses dari <https://safenet.or.id/>
- ◆ Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- ◆ Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- ◆ Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). *Uses and grats 2.0: New gratifications for new media*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525.
- ◆ ToffeeDev. (2024). *Algoritma YouTube 2024: Strategi Personalisasi Konten Video*.
- ◆ van Dijck, J., & Poell, T. (2013). *Understanding Social Media Logic*. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- ◆ Yan, Z., & Zhang, L. (2018). *Content Visibility in Social Media: A Case Study of WeChat Official Accounts*. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.

