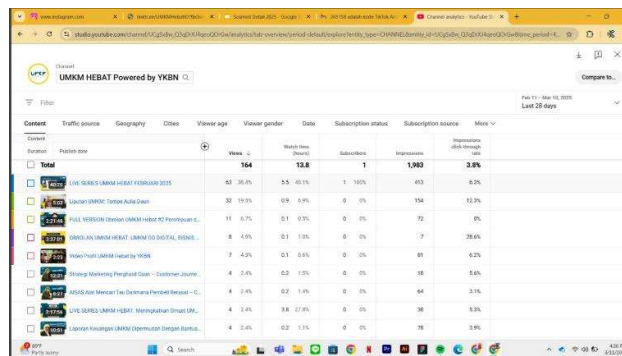


BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

UMKM Hebat adalah salah satu platform edukasi untuk pengembangan bisnis dan UMKM yang terletak di Jakarta sebagai pusatnya dan Yogyakarta sebagai cabangnya. Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Hebat adalah rendahnya *Views* Youtube mereka dibandingkan dengan sosial media yang lain. Maka dari itu, UMKM Hebat belum mengoptimalkan potensi Youtube untuk menciptakan konten yang menarik dan berkelanjutan. Permasalahan tersebut juga telah dikonfirmasi lebih lanjut oleh Social Media Manager, yaitu Kak Wima bahwa memang belum adanya strategi dalam mengelola Youtube seperti konten kalender. Sehingga postingan pada akun Youtube UMKM Hebat belum konsisten terjadwal dan menghasilkan *views* yang rendah. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini. Gambar di bawah ini diambil pada tanggal 10 Maret 2025 menunjukkan bahwa akun *@UMKM Hebat* yang memiliki followers sejumlah 477 *Subscribers* hanya memperoleh total *views* sebanyak 164.



Gambar 4. 1 Channel Analytics

4.2 Analisis Masalah

Pada observasi awal yang dilakukan penulis, ditemukan bahwa kurangnya konsistensi postingan pada akun *@UMKM Hebat*. Setelah dilakukan analisa lebih dalam ditemukan bahwa hasil perhitungan total semua *views* pada akun Youtube

UMKM Hebat hanya sebesar 7.235 *views*. Hal lain juga, penulis melakukan wawancara langsung kepada pihak Social Media Managaer yaitu Kak Wima. Rendahnya *views* pada akun Youtube UMKM Hebat dapat dikaitkan dengan beberapa faktor utama, salah satunya adalah tidak adanya perencanaan konten yang terjadwal serta kurangnya konsistensi dalam melakukan posting; tanpa adanya kalender konten yang jelas dan terstruktur, sulit bagi pihak UMKM Hebat untuk menjaga kesinambungan dan relevansi postingan, yang pada akhirnya berpengaruh negatif terhadap tingkat *watch view* dari pengikut, hal ini diperparah dengan frekuensi posting yang tidak konsisten dan konten yang tidak relevan, yang menyebabkan audiens kehilangan minat dan keterlibatan aktif dalam mengikuti perkembangan dan aktivitas yang dibagikan di akun tersebut.

4.3 Perencanaan Implementasi Public Relations

Untuk mengatasi permasalahan berdasarkan analisa di atas diperlukan adanya strategi *public relations* untuk menyusun perencanaan konten yang terstruktur dan relevan dengan target audiens dari UMKM Hebat. Adapun langkah – langkah yang dilakukan penulis diuraikan di bawah ini.

4.3.1 Pembuatan Tema Konten

Dalam rangka meningkatkan *views* pada akun Youtube UMKM Hebat, perencanaan konten harus diatur secara strategis dengan mengkategorikan konten ke dalam empat pilar utama. Penyusunan content pillar yang terdiri dari edukasi, promosi, hiburan, dan informasi merupakan pendekatan yang terstruktur untuk menciptakan konten yang beragam dan menarik di media sosial. Menurut De Vries et al. (2012), *content pillar* adalah elemen penting dalam strategi konten yang memungkinkan merek untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif dan menarik perhatian audiens yang terdiri dari edukasi, hiburan, informasi, dan promosi, yang masing masing akan menggunakan strategi pesan kognitif untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mengedukasi dan mempengaruhi audiens secara positif.

Tabel 15. Perencanaan Tema Konten

<i>Content Pillar</i>	<i>Deskripsi</i>	<i>Strategi Pesan Kognitif</i>
Edukasi (Podcast)	Memberikan informasi mengenai topik Digital Marketing, khususnya bagi pelaku UMKM	Memberikan pengetahuan baru dan wawasan baru kepada audiens
Informasi (Podcast)	Memberikan informasi mengenai apa saja tren dan implementasi Digital Marketing bagi pelaku UMKM	Menyampaikan informasi penting dan terbaru
Promosi (Podcast dan Animasi)	Fokus pada penawaran kelas LMS UMKM Hebat	Mendorong tindakan audiens untuk ikut kelas LMS UMKM Hebat

4.3.2 Narasumber dan Waktu Syuting

Dalam memproduksi video Podcast dan Animasi, terdapat narasumber yang mengisi materi di acara Podcast dan waktu dalam pelaksanaan syuting. Berikut jadwal syuting dan narasumber dalam pembuatan video:

A. Narasumber:

Achmed Faiz Yudha Siregar

B. Jadwal Syuting:

- Podcast 1 & 2 yaitu pada hari Senin tanggal 23 Juli 2025
- Animasi video yaitu pada hari Kamis tanggal 26 Juli 2025

4.3.3 Pembuatan Panduan Publikasi

Untuk mengatasi permasalahan rendahnya *views* pada akun Youtube UMKM Hebat, penting untuk menyusun panduan publikasi konten yang terstruktur dan konsisten berdasarkan jenis konten, yaitu video dan animasi; setiap jenis konten memiliki daya tarik dan manfaat tersendiri dalam menjaga minat pengikut serta mendorong interaksi aktif.

4.3.4 Penyusunan Target Keberhasilan (KPI)

Setelah implementasi strategi *Public Relations* yang dirancang secara matang dan komprehensif, hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah *views*. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan, yang mencakup:

1. Penggunaan Youtube Shorts sebagai cara untuk bisa meningkatkan keinginan audiens untuk menonton video dari Youtube UMKM Hebat. Selain, menaruh link di Instagram Story dan Whatsapp Story juga bisa meningkatkan *views* sebanyak 750 dalam setiap konten.

2. Penggunaan Hashtags yang Relevan: penggunaan hashtags yang tepat dan relevan membantu dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan menambah interaksi pada setiap postingan.

3. Konten yang Menarik dan Konsisten: Pengembangan konten yang menarik dan konsisten sesuai dengan preferensi audiens terbukti efektif dalam meningkatkan *engagement*. Pencapaian ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* yang diterapkan berhasil dalam meningkatkan jumlah *views*. Berdasarkan hasil temuan, konsistensi pada YouTube memiliki karakter berbeda dibandingkan TikTok dan Instagram. Pada YouTube, performa konten tidak selalu ditentukan oleh frekuensi unggahan, melainkan oleh kualitas, tema, serta format yang relevan dengan audiens. Hal ini terlihat dari data Tabel 3, di mana video panjang seperti Obrolan UMKM Hebat cenderung rendah performanya, sementara video singkat dengan visual langsung seperti Liputan UMKM: Tempe Aulia Daun justru meraih *views* lebih tinggi (521 *views* dengan CTR 8,31%). Artinya, meskipun tidak seaktif TikTok dan Instagram, video YouTube dapat tetap relevan dan mendatangkan audiens dalam jangka panjang (*evergreen content*). Sementara itu, data Instagram pada Tabel 5 menunjukkan bahwa kenaikan *views* sangat bergantung pada intensitas aktivitas. Lonjakan *views* sebesar 108,9% di Januari 2025 menurun kembali pada Februari, meskipun akun yang terjangkau tetap meningkat. Hal ini menguatkan bahwa TikTok dan Instagram bersifat lebih aktif, di mana konsistensi diukur dari frekuensi update harian seperti reels, stories, maupun feed. Jika tidak aktif, konten cenderung cepat tenggelam di antara arus tren baru. Dengan demikian,

konsistensi YouTube lebih berfokus pada kualitas dan kesinambungan tema, sedangkan konsistensi di TikTok dan Instagram lebih menekankan pada intensitas keaktifan dan keterlibatan real-time.

4.4 Pelaksanaan Implementasi Strategi *Public Relations*

Dalam upaya meningkatkan *views* Youtube UMKM Hebat, langkah pertama dalam pelaksanaan implementasi strategi *Public Relations* adalah menyusun rencana publikasi konten yang terstruktur dan bervariasi. Setiap postingan akan dipilih dengan cermat untuk mencerminkan keunikan UMKM Hebat, dengan memperhatikan tema, kualitas visual, dan relevansi dengan audiens target.

4.4.1 Timeline Publikasi Konten

Penyusunan kalender konten yang mencakup jenis konten, topik, dan tanggal publikasi akan membantu dalam menjaga konsistensi dan keberagaman konten yang dipublikasikan. Adapun konten kalender publikasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 16. Jadwal Publikasi Konten

<i>Hari</i>	<i>Waktu</i>	<i>Jumlah Konten</i>
Rabu, 13 Agustus 2025	18.00	1
Jumat, 20 Agustus 2025	18.00	1
Senin, 25 Agustus 2025	18.00	1

4.4.2 Publikasi Konten

Publikasi konten adalah bagian utama dalam penerapan strategi *Public Relations* yang telah dirancang pada bab sebelumnya. Dalam mempublikasikan konten sebagai bagian dari strategi *Public Relations* untuk meningkatkan *views* pada akun Youtube UMKM Hebat, ada beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan.

1. Produksi Konten yang Berciri Khas: untuk membuat konten yang berciri khas tentang UMKM Hebat, perlu dilakukan langkah-langkah berikut: - Menonjolkan ciri khas: Konten harus menggambarkan keunikan UMKM Hebat, seperti kelas gratis LMS. Gunakan video berkualitas tinggi yang estetik dan menarik

dengan gaya *look & semi-formal*. Visual yang baik akan meningkatkan daya tarik konten dan membuat audiens lebih tertarik untuk berinteraksi.

2. Isi Konten yang Sesuai dengan UMKM Hebat: isi konten harus relevan dengan tema dan karakteristik UMKM Hebat.

3. Konsistensi Jadwal Postingan: konsistensi dalam jadwal posting sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan *views*. Dengan memproduksi konten yang berciri khas dan relevan serta menjaga konsistensi dalam publikasi, strategi *Public Relations* untuk UMKM Hebat dapat berjalan efektif dan berhasil meningkatkan *views* pada akun Youtube tersebut. Konten – konten yang telah dibuat penulis dan telah dipublikasikan dapat diakses melalui tautan di bawah ini.

4. Pembuatan thumbnail yang relevan dengan konten yang akan dipublikasikan. Dalam hal ini, pembuatan thumbnail disesuaikan dengan prosedur warna dari klien, dimana cenderung memakai warna kuning pekat yang menggambarkan UMKM Hebat.

TABEL 17. Tabel Hasil Publikasi Konten

<i>Judul Konten</i>	<i>Deskripsi</i>	<i>Hashtag</i>	<i>Link Konten</i>
UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketing	Dalam video berdurasi 60 detik ini, menjelaskan tentang konsep dasar Digital Marketing secara ringkas, dimana dibawa dengan suasana yang <i>fun</i> dengan penambahan elemen elemen	#UMKMHebat #BelajarDigitalMarketing #TutorialBisnis	https://www.youtube.com/shorts/6XdSStVughg

	editing.		
Suara UMKM Cerdas #1: Dasar Digital Marketing	Dalam episode pertama podcast UMKM Hebat, materi yang dibahas berkaitan dengan Dasar Digital Marketing yang lebih kompleks. Selain itu, narasumber juga memberikan implementasi penerapan Digital Marketing di salah satu UMKM.	#UMKMHebat #BelajarDigitalMarketing ing #TutorialBisnis	https://youtu.be/U0hqbe_Ri3w?si=_9KYcoQM7GuxU8wN
Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Dalam episode kedua podcast UMKM Hebat, materi yang dibahas berkaitan dengan bagaimana strategi penerapan konten yang maksimal dalam Digital Marketing yang khususnya untuk para pelaku	#UMKMHEBAT #BELAJARDIGITAL MARKETING #TUTORIALBISNIS	https://youtu.be/pi_XnTXbpBo?si=o4eVe32n-LgbG2KL

	UMKM		
--	------	--	--

4.5 Evaluasi Implementasi Strategi *Public Relations*

Evaluasi implementasi strategi *Public Relations* dalam meningkatkan *views* Youtube UMKM Hebat menjadi langkah penting untuk menilai efektivitas dari langkah-langkah yang telah dilakukan. Pada bagian ini akan menghitung *views* setelah melakukan implementasi strategi. pengukuran ini mencakup jumlah *watchtime*, *impressions*, dan *impressions ctr* secara keseluruhan.

Tabel 18. Analisa Hasil Konten

<i>Judul Konten</i>	<i>Watchtime (Hours)</i>	<i>Impressions</i>	<i>Views</i>
UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketing	3.4631	185	802
Suara UMKM Cerdas #1: Dasar Digital Marketing	14.6473	6977	916
Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	8.7818	4194	619

Berdasarkan data pada Tabel 20, terlihat bahwa setiap jenis konten memiliki performa yang berbeda sesuai dengan formatnya. Konten Suara UMKM Cerdas #1: Dasar Digital Marketing menempati posisi tertinggi dalam jumlah *views*, yakni sebanyak 916 dengan total impresions 6.977 dan waktu tonton mencapai 14,64 jam. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun format podcast berdurasi panjang, konten ini mampu menarik perhatian audiens dalam jumlah besar sekaligus menghasilkan waktu tonton yang lebih lama. Sementara itu, konten UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketing mendapatkan 802 *views* dengan waktu tonton 3,46 jam dari hanya 185 impresions. Rasio *views* terhadap impresions yang sangat tinggi pada konten ini menunjukkan bahwa format short video lebih efektif dalam menarik klik meskipun jangkauannya tidak terlalu luas. Selanjutnya, konten Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing memperoleh 619 *views* dengan impresions 4.194 dan waktu tonton 8,78 jam, yang menandakan adanya keterlibatan audiens cukup baik namun masih di bawah konten lainnya. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa strategi kombinasi antara short video untuk meningkatkan click-through rate (CTR) dan podcast panjang untuk meningkatkan watchtime sangat efektif digunakan, sehingga keduanya dapat saling melengkapi dalam memperluas jangkauan sekaligus meningkatkan *views*.

	A	B	C	D	E	F
	Date	Content	Video title	Video publish time	Duration	Views
1	2025-08-03	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
2	2025-08-04	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
3	2025-08-05	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
4	2025-08-06	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
5	2025-08-07	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
6	2025-08-08	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
7	2025-08-09	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
8	2025-08-10	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
9	2025-08-11	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
10	2025-08-12	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	203
11	2025-08-13	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	130
12	2025-08-14	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	6
13	2025-08-15	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	41
14	2025-08-16	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	362
15	2025-08-17	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	19
16	2025-08-18	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	5
17	2025-08-19	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	4
18	2025-08-20	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	1
19	2025-08-21	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	1
20	2025-08-22	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	2
21	2025-08-23	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	2
22	2025-08-24	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	3
23	2025-08-25	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	0
24	2025-08-26	6XdSSrVugHg	UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketin	Aug 12, 2025	58	3

Gambar 4. 2 Peningkatan Views Youtube Shorts

Tabel 19. Perkembangan Hasil Konten Short “UMKM Melek Digital: Kenalan Yuk dengan Digital Marketing”

Minggu	Hari dan Tanggal	Views Hari Ini	Total Views
1	Rabu, 13-08-2025	0	39
	Kamis 14-08-2025	0	
	Jumat 15-08-2025	2	
	Sabtu 16-08-2025	1	
	Minggu 17-08-2025	19	
	Senin 18-08-2025	16	
	Selasa 19-08-2025	1	
2	Rabu 20 20-08-2025	19	777
	Kamis 21-08-2025	203	
	Jumat 22-08-2025	130	
	Sabtu 23-08-2025	7	
	Minggu 24-08-2025	41	
	Senin 25-08-2025	362	
	Selasa 26-08-2025	15	
Jumlah Views			815

Dari hasil pengamatan selama 2 minggu sejak konten dipublikasikan melalui kanal Youtube UMKM Hebat berdasarkan tabel dan gambar di atas, penulis menyimpulkan ada 1 hal yang bisa dianalisis, yaitu:

1. Jumlah hari terbanyak dalam peningkatan *views* berdasarkan data dari tabel berikut adalah hari senin, dengan jumlah total *views* sebesar 815

61	2025-08-06 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
62	2025-08-07 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
63	2025-08-08 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
64	2025-08-09 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
65	2025-08-10 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
66	2025-08-11 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
67	2025-08-12 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
68	2025-08-13 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
69	2025-08-14 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
70	2025-08-15 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
71	2025-08-16 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
72	2025-08-17 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
73	2025-08-18 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	0
74	2025-08-19 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	34
75	2025-08-20 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	16
76	2025-08-21 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	5
77	2025-08-22 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	63
78	2025-08-23 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	126
79	2025-08-24 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	64
80	2025-08-25 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	37
81	2025-08-26 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	19
82	2025-08-27 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	26
83	2025-08-28 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	4
84	2025-08-29 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	18
85	2025-08-30 Udhobe_R3w Suara UMKM Cerdas #1 Dasar Digital Marketing untuk pemula	Aug 19, 2025	1034	20

Gambar 4. 3 Peningkatan Views Suara UMKM Cerdas #1

Tabel 20. Perkembangan Hasil Konten Podcast “Suara UMKM Cerdas #1: Dasar Digital Marketing”

Minggu	Hari dan Tanggal	Views Hari Ini	Total Views
1	Rabu, 20-08-2025	34	345
	Kamis 21-08-2025	16	
	Jumat 22-08-2025	5	
	Sabtu 23-08-2025	63	
	Minggu 24-08-2025	126	
	Senin 25-08-2025	64	
	Selasa 26-08-2025	37	
2	Rabu 27 20-08-2025	19	98
	Kamis 28-08-2025	26	
	Jumat 29-08-2025	4	
	Sabtu 30-08-2025	18	
	Minggu 31-08-2025	20	
	Senin 01-08-2025	5	
	Selasa 02-08-2025	6	
Jumlah Views			443

Dari hasil pengamatan selama 2 minggu sejak konten dipublikasikan melalui kanal Youtube UMKM Hebat berdasarkan tabel dan gambar di atas, penulis menyimpulkan ada 1 hal yang bisa dianalisis, yaitu:

1. Jumlah hari terbanyak dalam peningkatan *views* berdasarkan data dari tabel berikut adalah hari minggu, dengan jumlah total *views* sebesar 443

	A	B	C	D	E	F
115	2025-08-04	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
116	2025-08-05	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
117	2025-08-06	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
118	2025-08-07	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
119	2025-08-08	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
120	2025-08-09	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
121	2025-08-10	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
122	2025-08-11	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
123	2025-08-12	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
124	2025-08-13	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
125	2025-08-14	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
126	2025-08-15	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
127	2025-08-16	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
128	2025-08-17	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
129	2025-08-18	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
130	2025-08-19	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
131	2025-08-20	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
132	2025-08-21	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
133	2025-08-22	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
134	2025-08-23	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
135	2025-08-24	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	0
136	2025-08-25	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	114
137	2025-08-26	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	74
138	2025-08-27	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	133
139	2025-08-28	pt_XnTXbpBo	Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing	Aug 25, 2025	740	17

Gambar 4. 4 Peningkatan Views UMKM Cerdas #2

Tabel 21. Perkembangan Hasil Konten Podcast “Suara UMKM Cerdas #2: Strategi Konten dalam Digital Marketing”

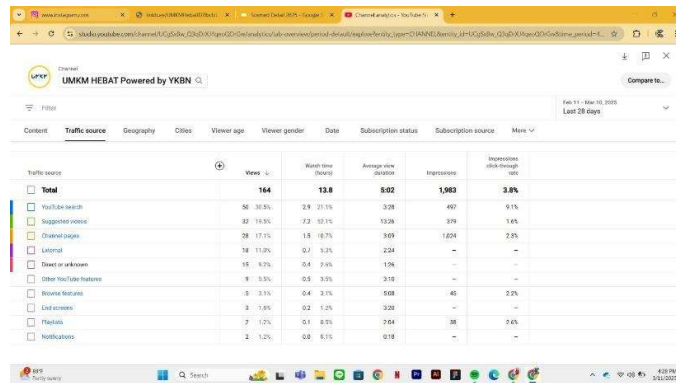
Minggu	Hari dan Tanggal	Views Hari Ini	Total Views
1	Senin, 25-08-2025	114	372
	Selasa 26-08-2025	74	
	Rabu 27-08-2025	2	
	Kamis 28-08-2025	17	
	Jumat 29-08-2025	14	
	Sabtu 30-08-2025	18	
	Minggu 31-08-2025	133	
2	Senin 01-09-2025	76	116
	Selasa 02-09-2025	8	
	Rabu 03-09-2025	5	
	Kamis 04-09-2025	2	
	Jumat 05-09-2025	11	
	Sabtu 06-09-2025	8	
Minggu 07-09-2025		6	448
Jumlah Views			

Dari hasil pengamatan selama 2 minggu sejak konten dipublikasikan melalui kanal Youtube UMKM Hebat berdasarkan tabel dan gambar di atas, penulis menyimpulkan ada 1 hal yang bisa dianalisis, yaitu:

1. Jumlah hari terbanyak dalam peningkatan *views* berdasarkan data dari tabel di atas adalah hari Minggu, dengan jumlah total *views*

sebesar 448

Gambar 8. Youtube Traffics UMKM Hebat



Traffic source	Views	Watch time (hours)	Average view duration	Impressions	Impressions click-through rate
Total	164	13.8	5:02	1,983	3.8%
YouTube search	50 (30.5%)	3.9 (27.5%)	3:38	497	9.1%
Suggested videos	32 (19.5%)	7.2 (51.3%)	13:26	379	8.4%
Channel pages	28 (17.1%)	1.5 (10.7%)	3:05	1,024	2.8%
External	18 (11.0%)	0.7 (5.0%)	2:24	—	—
Direct or unknown	15 (9.2%)	0.4 (2.8%)	1:26	—	—
Other YouTube features	8 (4.9%)	0.5 (3.5%)	3:15	—	—
Browse features	5 (3.0%)	0.4 (2.8%)	5:08	45	11.1%
End screens	3 (1.8%)	0.2 (1.4%)	3:20	—	—
Playlists	2 (1.2%)	0.1 (0.7%)	7:54	35	5.7%
Notifications	2 (1.2%)	0.0 (0.0%)	0:18	—	—

Meskipun judul Karya ini menekankan pada peningkatan *views* sebagai indikator utama, dalam analisis hasil juga diperhatikan metrik pendukung lain yang mencerminkan kualitas interaksi audiens. Data YouTube Analytics menunjukkan bahwa selama periode 11 Februari hingga 10 Maret 2025 kanal UMKM Hebat memperoleh 164 views dengan total waktu tonton 13,8 jam, rata-rata durasi tonton 5 menit 2 detik, serta CTR 3,8% dari total 1.983 impresi. Sumber traffic terbesar berasal dari YouTube Search (30,5% *views*) dengan CTR tertinggi 9,1%, disusul Suggested Videos (19,5% *views*) yang mencatat rata-rata durasi tonton paling lama yaitu 13 menit 26 detik. Data ini mengindikasikan bahwa peningkatan *views* tidak berdiri sendiri, tetapi berhubungan erat dengan metrik engagement lain seperti *watch time* dan *average views duration*. Dengan demikian, fokus pada *views* sesuai tujuan Karya untuk memperluas jangkauan audiens, namun tetap dianalisis secara komprehensif bersama indikator keterlibatan audiens agar hasil Karya lebih menyeluruh.

Dari tabel dan gambar di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Hari terbaik dalam upload video Youtube untuk mendapatkan views adalah hari Minggu. Hal ini juga sejalan dengan temuan di bagian *Content Guideline* pada bab 3, bahwa waktu upload terbaik adalah pada hari Senin, Jumat, dan Minggu.
2. Podcast dan Short Video adalah format baru dalam kanal Youtube UMKM Hebat. Hal ini juga bisa menjadi indikator yang penting bahwa format konten yang fresh dapat memancing audiens untuk bisa menonton video Youtube. Selama ini, memang dalam Youtube UMKM Hebat lebih banyak upload video dalam bentuk seminar/webinar dengan waktu yang lama, dimana lebih dari 1 jam, sehingga format konten podcast dan youtube shorts yang dibuat dalam waktu yang relatif singkat, dapat menarik perhatian audiens.