PENGARUH *STORYTELLING*, KUALITAS KONTEN, FREKUENSI UNGGAHAN TERHADAP KEPUASAN PENONTON *YOUTUBE HIROTADA RADIFAN*

Salman Al Farisi[1], Yufenti Oktafiah[2], Nurul Akramiah[3]
[1]Universitas Merdeka Pasuruan, salmanalfa442@gmail.com
[2]Universitas Merdeka Pasuruan, oktavivnty@gmail.com
[3]Universitas Merdeka Pasuruan, nurul.aidan04@gmail.com

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan konten YouTube menuntut kreator menyajikan konten yang mampu memberikan kepuasan kepada penonton. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data primer dari 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Responden merupakan penonton berusia minimal 17 tahun yang menonton konten Hirotada Radifan minimal tiga kali dalam satu bulan. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton. *Storytelling* menjadi faktor paling dominan dengan kontribusi 24,08%. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,548 menunjukkan bahwa 54,8% kepuasan penonton dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Rata-rata *storytelling* sebesar 4,14, kualitas konten 3,89, frekuensi unggahan 3,84, dan kepuasan penonton 3,99, seluruhnya berada pada kategori baik. Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item valid dan variabel reliabel, sedangkan uji asumsi klasik menunjukkan model memenuhi persyaratan analisis.

Kata kunci: *Storytelling*, Kualitas Konten, Frekuensi Unggahan, Kepuasan Penonton

ABSTRACT

The increasing competition for content on YouTube requires creators to present content that can satisfy viewers. This study aims to analyze the effects of storytelling, content quality, and upload frequency on viewer satisfaction on the Hirotada Radifan YouTube channel. The study employed an explanatory quantitative approach using primary data from 100 respondents selected through purposive sampling. The respondents were viewers aged at least 17 years who watched Hirotada Radifan's content at least three times a month. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that storytelling, content quality, and upload frequency simultaneously and partially have a significant effect on viewer satisfaction. Storytelling was the most dominant factor, with a contribution of 24.08%. The Adjusted R Square value of 0.548 indicates that 54.8% of viewer satisfaction can be explained by the three variables. The average scores for storytelling, content quality, upload frequency, and viewer satisfaction were 4.14, 3.89, 3.84, and 3.99, respectively, all categorized as good. The instrument test results showed that all items were valid and the variables were reliable, while the classical assumption tests indicated that the model met the requirements for analysis.

Keywords: *Storytelling, Content Quality, Upload Frequency, Viewer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat membuat pola konsumsi media global mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu contohnya adalah peningkatan penggunaan platform media digital video, khususnya YouTube, yang menjadi salah satu platform media digital paling populer di dunia. Berdasarkan DataReportal (2025), YouTube memiliki setidaknya 2,53 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2025. Menurut Dunn (2025), jumlah pengguna aktif bulanan YouTube telah meningkat dari sekitar 1 miliar pada 2014 menjadi lebih dari 2,5 miliar pada

2024. Persaingan antar kreator tidak hanya menuntut kreativitas, tetapi juga pemahaman mengenai perilaku dan kepuasan penonton.

Kepuasan penonton menjadi aspek penting dalam menentukan keberhasilan kanal YouTube. Penonton yang merasa puas cenderung menonton lebih lama, berinteraksi, dan kembali menonton video berikutnya. Dalam konteks YouTube, kepuasan dapat dipahami sebagai sejauh mana pengalaman menonton memenuhi atau melampaui ekspektasi penonton. Namun, peningkatan jumlah pengguna tidak selalu sebanding dengan tingkat kepuasan pada setiap kanal. Masalah seperti engagement rendah, penurunan durasi tonton, dan jumlah penayangan yang tidak stabil menunjukkan bahwa kepuasan penonton tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kualitas dan daya tarik konten.

Salah satu jenis konten yang banyak digunakan pada YouTube adalah konten informatif berbasis *storytelling*. *Storytelling* merupakan seni menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, menggugah, dan mudah diingat. Fog *et al.* (2010), menjelaskan bahwa *storytelling* yang efektif terdiri atas pesan, karakter, dan alur. Ketiga elemen tersebut dapat menciptakan kedekatan emosional antara kreator dan audiens sehingga memperkuat daya ingat serta persepsi positif terhadap konten. Kualitas konten juga menjadi faktor penting karena semakin baik persepsi penonton terhadap kualitas konten, semakin besar pula kenyamanan mereka dalam menikmati kanal (Ramadhan *et al.,* 2021).

Frekuensi unggahan turut memengaruhi kepuasan penonton. Konsistensi kreator dalam mengunggah konten berperan dalam membangun ekspektasi dan loyalitas penonton. Setiawan *et al.* (2024) menyatakan bahwa konsistensi publikasi tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga membantu membangun dan mempertahankan memori merek pada benak konsumen. Dengan demikian, keseimbangan antara frekuensi, kualitas, dan *storytelling* menjadi penting dalam membangun kepuasan penonton.

Fenomena tersebut tampak pada kanal YouTube Hirotada Radifan yang dikenal melalui konten bertema kisah nyata, horor, dan misteri dengan gaya penyampaian naratif. Meskipun kanal tersebut memiliki jutaan pelanggan dan ratusan juta penayangan, engagement dan kepuasan penonton tidak selalu stabil. Data perbandingan statistik YouTube hingga November 2025 dalam skripsi menunjukkan bahwa pertumbuhan subscriber Hirotada Radifan cenderung fluktuatif dan views berada pada kisaran 20–30 juta, sementara beberapa kanal pembanding menunjukkan perkembangan yang lebih tinggi.

Dari sisi *storytelling*, tidak semua video Hirotada Radifan menampilkan kekuatan narasi yang sama. Beberapa video memiliki alur yang kuat dan membangun ketegangan emosional, sedangkan video lain menunjukkan penurunan daya tarik narasi. Dari sisi teknis, terdapat catatan mengenai kualitas visual dan audio, penggunaan ilustrasi berbasis AI yang dinilai kurang realistis oleh sebagian penonton, serta kesalahan penyebutan nama dan tempat. Frekuensi unggahan juga belum sepenuhnya konsisten sehingga dapat mengganggu ekspektasi penonton yang menunggu jadwal rilis tertentu.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum sepenuhnya homogen. Wenno & Delliana (2021), menemukan bahwa kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan viewers YouTube, sedangkan Ashari & Firmansyah (2021) menemukan bahwa *storytelling* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen meskipun secara simultan bersama E-WOM berpengaruh signifikan. Anandya *et al.* (2020), menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan temuan tersebut menjadi celah untuk menguji kembali ketiga variabel pada konteks kanal YouTube Hirotada Radifan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan, baik secara simultan maupun parsial, serta mengetahui variabel yang paling dominan.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2016), menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan

organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam lingkungan digital, perilaku konsumen berkembang seiring perubahan teknologi dan media sosial. Pramiarsih (2024), menjelaskan bahwa media digital dapat mengubah perilaku konsumen melalui peningkatan kesadaran, ulasan, rekomendasi, serta pertukaran informasi antarpengguna.

Kepuasan Penonton

Kepuasan penonton merupakan evaluasi setelah penonton membandingkan harapan dengan pengalaman yang dirasakan ketika menikmati konten. Tjiptono (2019), menjelaskan bahwa kepuasan merupakan respons emosional ketika kinerja produk atau layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Dalam penelitian ini kepuasan penonton diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Kesesuaian harapan menunjukkan sejauh mana konten yang ditonton mampu memberikan pengalaman sesuai dengan apa yang diharapkan penonton. Minat berkunjung kembali menggambarkan keinginan penonton untuk kembali menonton konten pada kanal YouTube Hirotada Radifan, sedangkan kesediaan merekomendasikan menunjukkan keinginan penonton untuk menyarankan kanal tersebut kepada orang lain. Ketiga indikator tersebut menggambarkan tingkat kepuasan penonton setelah memperoleh pengalaman dari konten yang disajikan.

Storytelling

Storytelling merupakan proses penyampaian pesan melalui cerita yang dirancang untuk menarik perhatian dan membangun keterlibatan emosional audiens. Fog *et al.* (2010), menempatkan pesan, karakter, dan alur sebagai elemen utama *storytelling*. Dalam penelitian ini, *storytelling* diukur melalui indikator pesan, konflik, karakter, dan alur cerita. Keempat indikator tersebut menggambarkan bagaimana suatu cerita dibangun dan disampaikan sehingga mampu membuat penonton mengikuti cerita dari awal hingga akhir. *Storytelling* dipandang penting karena kanal Hirotada Radifan berfokus pada penyampaian kisah nyata, horor, dan misteri. Penyampaian cerita yang menarik dapat membuat penonton lebih mudah memahami isi konten, merasakan suasana yang dibangun, serta terlibat secara emosional terhadap cerita yang disampaikan.

Kualitas Konten

Kualitas konten merupakan mutu informasi dan penyajian yang diterima penonton ketika mengonsumsi konten digital. Ramadhan *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas konten merupakan elemen penting dalam channel YouTube karena persepsi kualitas yang semakin baik dapat meningkatkan kenyamanan audiens. Dalam penelitian ini kualitas konten diukur melalui akurasi, relevansi audio/visual, ketepatan waktu, dan kelengkapan. Aspek tersebut menunjukkan sejauh mana konten yang disajikan mampu memberikan informasi yang sesuai, dapat dipercaya, mudah dipahami, serta didukung oleh penyajian audio dan visual yang memadai. Kualitas konten yang baik dapat meningkatkan kenyamanan penonton dalam mengikuti video dan memberikan pengalaman menonton yang lebih optimal.

Frekuensi Unggahan

Frekuensi unggahan mencerminkan tingkat konsistensi kreator dalam menyediakan konten bagi audiens. Mufadhol *et al.* (2024) menyatakan bahwa frekuensi posting berkontribusi dalam mempertahankan minat audiens dan membangun hubungan. Penelitian ini mengukur frekuensi unggahan melalui perhatian, penghayatan, intensitas, dan durasi. Indikator tersebut digunakan untuk melihat bagaimana tingkat dan pola konsumsi penonton terhadap konten yang diunggah secara berulang dan konsisten. Frekuensi unggahan yang teratur dapat membantu menjaga keberadaan kanal di hadapan audiens dan mendorong penonton untuk tetap mengikuti konten yang disajikan. Namun, konsistensi unggahan tetap perlu diimbangi dengan kualitas konten agar peningkatan jumlah unggahan tidak mengurangi kenyamanan dan kepuasan penonton.

Hubungan Antarvariabel

Storytelling yang kuat dapat membangun keterlibatan emosional sehingga

meningkatkan kepuasan penonton. Kualitas konten yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kesesuaian pengalaman dengan harapan penonton. Sementara itu, frekuensi unggahan yang konsisten dapat menjaga ekspektasi dan keterhubungan audiens dengan kanal. Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dalam skripsi, *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan diduga berpengaruh terhadap kepuasan penonton secara simultan maupun parsial.

Hipotesis penelitian terdiri atas: H1 *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton; H2 *storytelling* dan kualitas konten berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton; H3 *storytelling* dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton; H4 kualitas konten dan frekuensi unggahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penonton; H5 *storytelling* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penonton; H6 kualitas konten berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penonton; dan H7 frekuensi unggahan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penonton.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan tujuan menguji hubungan sebab-akibat antara *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan terhadap kepuasan penonton (Sugiyono, 2020). Populasi penelitian adalah pelanggan atau subscribers kanal YouTube Hirotada Radifan yang berjumlah 3,97 juta pelanggan per Oktober 2025. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling.* Kriteria responden dalam skripsi adalah berusia minimal 17 tahun, menonton konten Hirotada Radifan minimal tiga kali dalam satu bulan, dan menggunakan YouTube minimal satu kali dalam satu minggu.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 100 responden. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan *Google Form* kepada subscriber atau penonton aktif kanal YouTube Hirotada Radifan. Instrumen menggunakan skala Likert lima poin dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, serta data jumlah subscriber kanal.

Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F, uji t, dan uji dominan dengan bantuan SPSS. Uji asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Validitas ditentukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel, sedangkan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan batas 0,60 (Sugiyono, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik dan Deskripsi Variabel

Penelitian melibatkan 100 responden. Berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 66 responden (66%) berjenis kelamin perempuan dan 34 responden (34%) laki-laki. Berdasarkan umur, 19 responden (19%) berusia 17-20 tahun, 58 responden (58%) berusia 21-25 tahun, dan 23 responden (23%) berusia 26-35 tahun. Berdasarkan intensitas penggunaan YouTube, 31 responden (31%) menggunakan YouTube 2-3 kali seminggu, 39 responden (39%) sebanyak 4-6 kali seminggu, dan 30 responden (30%) setiap hari.

Variabel *storytelling* memperoleh rata-rata 4,14 dan berada pada kategori baik. Kekuatan utama terdapat pada karakter dengan rata-rata 4,24 dan pesan dengan rata-rata 4,22, sedangkan alur cerita sebesar 4,08 dan konflik sebesar 4,02. Variabel kualitas konten memperoleh rata-rata 3,89 dan berada pada kategori baik. Ketepatan waktu memperoleh rata-rata 4,06 dan kelengkapan 4,03, sedangkan relevansi audio/visual merupakan aspek terendah dengan rata-rata 3,49.

Variabel frekuensi unggahan memperoleh rata-rata 3,84 dan berada pada kategori baik. Indikator intensitas menjadi yang tertinggi dengan rata-rata 4,07, sedangkan durasi sebesar 3,65 dan perhatian sebesar 3,67 menunjukkan masih terdapat ruang perbaikan. Variabel kepuasan penonton memperoleh rata-rata 3,99 dan berada pada kategori baik. Kesesuaian harapan menjadi aspek paling

menonjol dengan rata-rata 4,115, diikuti minat berkunjung kembali sebesar 4,10, sedangkan kesediaan merekomendasikan sebesar 3,745.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,197 pada df = 98. Uji reliabilitas juga menunjukkan seluruh variabel reliabel, yaitu *storytelling* sebesar 0,770, kualitas konten 0,848, frekuensi unggahan 0,889, dan kepuasan penonton 0,781; seluruhnya lebih besar dari 0,60.

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi 0,122 > 0,05 sehingga residual berdistribusi normal. Tidak terdapat gejala multikolinearitas karena *storytelling* memiliki *tolerance* 0,576 dan VIF 1,735; kualitas konten memiliki *tolerance* 0,317 dan VIF 3,151; serta frekuensi unggahan memiliki tolerance 0,383 dan VIF 2,612. Scatterplot menunjukkan titik menyebar secara acak sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Uji linearitas menunjukkan *deviation from linearity* sebesar 0,562 untuk *storytelling*, 0,392 untuk kualitas konten, dan 0,482 untuk frekuensi unggahan, seluruhnya lebih besar dari 0,05 sehingga hubungan masing-masing variabel dengan kepuasan penonton bersifat linear.

Tabel 1. Hasil Uji t

Variabel	B	Std. Error	T hitung	T tabel	Sig.
Storytelling (X1)	0,355	0,086	4,112	1,985	0,000
Kualitas Konten (X2)	0,175	0,086	2,032	1,985	0,045
Frekuensi Unggahan (X3)	0,163	0,072	2,252	1,985	0,027

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Secara parsial, *storytelling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton karena t hitung 4,112 > t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,000. Kualitas konten juga berpengaruh signifikan dengan t hitung 2,032 > 1,985 dan signifikansi 0,045. Frekuensi unggahan berpengaruh signifikan dengan t hitung 2,252 > 1,985 dan signifikansi 0,027. Dengan demikian H5, H6, dan H7 diterima.

Tabel 2. Nilai Uji F

Model	F_hitung	df	F_tabel	Sig.
X1, X2, X3 → Y	41,03	3; 96	2,70	0,000
X1, X2 → Y	56,63	2; 97	2,70	0,000
X1, X3 → Y	57,62	2; 97	2,70	0,000
X2, X3 → Y	45,61	2; 97	2,70	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton dengan F hitung 41,03 > F tabel 2,70 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Kombinasi *storytelling* dan kualitas konten menghasilkan F hitung 56,63; *storytelling* dan frekuensi unggahan 57,62; serta kualitas konten dan frekuensi unggahan 45,61. Seluruhnya lebih besar dari F tabel 2,70 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian H1, H2, H3, dan H4 diterima.

Analisis Regresi dan Koefisien Determinasi

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah Y = 1,705 + 0,355X1 + 0,175X2 + 0,163X3. Seluruh koefisien regresi bernilai positif, sehingga peningkatan *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan diikuti peningkatan kepuasan penonton. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,548 menunjukkan bahwa 54,8% variasi kepuasan penonton dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Analisis dominan menunjukkan *storytelling* memiliki kontribusi terbesar

sebesar 24,08%, diikuti kualitas konten sebesar 16,42% dan frekuensi unggahan sebesar 15,67%. Dengan demikian, *storytelling* menjadi variabel paling dominan dalam memengaruhi kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan.

Pengaruh Storytelling terhadap Kepuasan Penonton

Storytelling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton. Hasil ini menunjukkan bahwa alur cerita, konflik, karakter, dan pesan yang disampaikan mampu membangun keterlibatan emosional penonton. Ketika sebuah video memiliki alur yang menarik dan penyampaian cerita yang mampu membangun rasa penasaran, penonton cenderung lebih fokus dan menikmati keseluruhan isi video. Dengan demikian, kemampuan dalam menyusun dan menyampaikan cerita menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman menonton yang memuaskan. Temuan ini berbeda dengan Ashari & Firmansyah, (2021), yang menemukan *storytelling* tidak berpengaruh secara parsial, namun konsisten dengan penjelasan Fog *et al.* (2010) mengenai kemampuan *storytelling* dalam membangun ikatan emosional audiens. Pada kanal Hirotada Radifan, gaya bercerita yang naratif dan penuh emosi menjadi salah satu kekuatan utama dalam membentuk pengalaman menonton.

Pengaruh Kualitas Konten terhadap Kepuasan Penonton

Kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton. Hasil ini sejalan dengan Wenno & Delliana (2021), yang membuktikan bahwa kualitas konten berpengaruh signifikan terhadap kepuasan viewers YouTube. Kualitas visual, audio, akurasi, relevansi, dan kelengkapan informasi memengaruhi kenyamanan serta pengalaman menonton. Konten yang disajikan dengan informasi yang jelas, relevan, dan didukung kualitas teknis yang baik akan membuat penonton lebih mudah memahami pesan yang disampaikan dan merasa memperoleh manfaat dari video tersebut. Dalam penelitian ini, aspek relevansi audio/visual masih menjadi catatan karena memperoleh skor paling rendah, sehingga peningkatan kualitas teknis produksi dapat dilakukan untuk menjaga kepuasan penonton.

Pengaruh Frekuensi Unggahan terhadap Kepuasan Penonton

Frekuensi unggahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton. Temuan ini sejalan dengan Anandya *et al.* (2020), yang menunjukkan adanya hubungan frekuensi dengan kepuasan pengguna media sosial. Konsistensi unggahan membantu menjaga ekspektasi dan keberlanjutan konsumsi konten. Namun, kontribusi frekuensi unggahan sebesar 15,67% menunjukkan bahwa pengaruhnya relatif lebih rendah dibandingkan *storytelling*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsistensi publikasi penting, kepuasan penonton lebih banyak dipengaruhi oleh bagaimana cerita dan isi konten tersebut disajikan. Pada kanal Hirotada Radifan, penjadwalan unggahan dan pengaturan jarak waktu publikasi masih perlu diperhatikan agar frekuensi tidak mengurangi kenyamanan audiens.

Pengaruh Storytelling, Kualitas Konten, dan Frekuensi Unggahan terhadap Kepuasan Penonton

Secara simultan, *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya dibentuk oleh satu aspek, tetapi merupakan kombinasi kekuatan narasi, mutu penyajian, dan konsistensi publikasi. *Storytelling* membangun keterlibatan emosional, kualitas konten menjaga kenyamanan dan kredibilitas, sedangkan frekuensi unggahan menjaga keterhubungan penonton dengan kanal. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman menonton yang lebih baik. Artinya, peningkatan kepuasan penonton tidak cukup dilakukan hanya dengan memperbaiki satu aspek, tetapi perlu dilakukan secara terpadu melalui penyajian cerita yang menarik, konten yang berkualitas, serta jadwal unggahan yang konsisten. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama menjelaskan 54,8% variasi kepuasan penonton. Sementara itu, sebesar 45,2% variasi kepuasan penonton dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti,

sehingga masih terdapat aspek lain yang dapat dikaji dalam penelitian selanjutnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *storytelling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian cerita yang menarik, alur yang jelas, konflik, karakter, serta pesan yang disampaikan mampu meningkatkan keterlibatan dan pengalaman menonton audiens. Kualitas konten juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton, yang menunjukkan bahwa kualitas visual, audio, akurasi, relevansi, dan kelengkapan informasi menjadi aspek penting dalam menciptakan kenyamanan penonton selama menikmati konten. Frekuensi unggahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penonton, sehingga konsistensi dalam menghadirkan konten dapat membantu menjaga keterhubungan penonton dengan kanal.

Secara simultan, *storytelling*, kualitas konten, dan frekuensi unggahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton dengan *Adjusted R Square* sebesar 0,548 atau 54,8%. Artinya, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 54,8% variasi kepuasan penonton, sedangkan 45,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. *Storytelling* merupakan variabel yang paling dominan dengan kontribusi sebesar 24,08%. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan kreator dalam membangun dan menyampaikan cerita menjadi aspek yang paling kuat dalam membentuk kepuasan penonton pada kanal YouTube Hirotada Radifan.

Saran

Kreator disarankan lebih memaksimalkan pengelolaan alur cerita agar ketegangan dan dinamika narasi terasa lebih kuat dan konsisten. Penguatan bagian pembuka, pengembangan konflik, serta penyusunan alur yang tidak terlalu bertele-tele dapat membantu mempertahankan perhatian penonton hingga akhir video. Dengan mempertahankan karakteristik storytelling yang menjadi keunggulan kanal, kreator dapat meningkatkan keterlibatan emosional sekaligus kepuasan penonton.

Kualitas teknis produksi, terutama keseimbangan audio, stabilitas visual, serta penggunaan efek suara dan ilustrasi, perlu ditingkatkan. Perbaikan aspek tersebut penting karena kualitas penyajian secara teknis dapat memengaruhi kenyamanan penonton dalam mengikuti informasi dan cerita yang disampaikan. Kreator juga disarankan menjaga konsistensi jadwal unggahan dan menyesuaikan durasi serta jarak waktu publikasi dengan preferensi penonton. Konsistensi tersebut perlu tetap diimbangi dengan kesiapan dan kualitas materi agar peningkatan frekuensi unggahan tidak mengurangi kualitas konten.

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda, memperluas objek pada kanal YouTube lain atau platform media sosial lain, serta mempertimbangkan variabel tambahan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan penonton. Variabel lain seperti keterlibatan audiens, kredibilitas kreator, daya tarik visual, interaksi dengan penonton, atau persepsi terhadap keaslian konten dapat dipertimbangkan untuk menjelaskan faktor lain yang belum tercakup dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif mengenai kepuasan penonton pada media digital.

REFERENSI

Anandya, D., Indarini, & Septiani, A. T. (2020). The Formation of Customer Satisfaction in Social Media, the Role of Frequency, and Duration of Use. *Advances in Economics, Business and Management Research*, *115*, 89–93.

Ashari, I., & Firmansyah, M. A. (2021). Storytelling dan Electronic Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Sego Njamoer di Surabaya). *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *1*(1), 33. https://doi.org/10.30651/imp.v1i1.9470

DataReportal. (2025). *YouTube Users, Stats, Data \& Trends for 2025*. https://datareportal.com/essential-youtube-stats

Dunn, N. (2025). *32 YouTube Statistics 2025: Key Insights \& Trends You Need to Know*. https://www.charleagency.com/articles/youtube-statistics/

Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in Practice* (2nd ed.). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* Prentice Hall.

Mufadhol, M., Tutupoho, F., Nanulaita, D. T., Bell, A. Z. de, & Prabowo, B. (2024). The Influence of Posting Frequency, Content Quality, and Interaction with Customers on Social Media on Customer Loyalty in a Start-up Business. *West Science Business and Management*, *2*(2), 582–594. https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i02.966

Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=1tgUEQAAQBAJ

Ramadhan, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). The Effect of Content Quality and Perceived Enjoyment on Subscribe Intention in YouTube Channel. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, *187*, 302–305. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.058

Setiawan, S. P., Joned, J. B. S., & Hadita. (2024). Pengaruh Kreativitas Konten dan Frekuensi Publikasi Video Marketing Pendek terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Skintific melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(3), 49017–49027.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Jasa*. ANDI.

Wenno, B., & Delliana, S. (2021). Hubungan Kualitas Konten Channel Youtube Gadgetin Terhadap Kepuasan Viewers Konten Gadget. *Journal Media Public Relations*, *1*(2), 1–10. https://doi.org/10.37090/jmp.v1i2.474

BIODATA PENULIS

1. Salman Al Farisi, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan, Program Studi Manajemen.
2. Yufenti Oktafiah, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan, Program Studi Manajemen.
3. Nurul Akramiah, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan, Program Studi Manajemen.