

STRATEGI PENGELOLAAN AKUN YOUTUBE HOTMAN PARIS SHOW

¹⁾Rahmadina

¹⁾ Prodi Ilmu Komunikasi UMB

¹⁾ rahmadyna@gmail.com

***Abstract ;**This study was introduced by the appearance of technology in the digital era. Youtube is the social media that often used by society today. This study is using the concept of new media, Youtube, management, and management function of POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). This study also explaining how the management strategy of Hotman Pari Show youtube account. The methods used in this study is descriptive qualitative with the qualitative approach to describe the result of the study by concluding the interview's result (indepth interview). With three key informant of Hotman Paris Show which are the head of social media officer, the staff of social media officer, and the producer. The result of this study concluded how the management strategy of Hotman Paris Show youtube account in gaining their objective, which is to maximizing every show by creating the headline, caption, and thumbnail as good as possible, so it would make the good impression for the audience when they saw it. Moreover, the production team of Hotman Paris Show has implementing the strategy to always create the theme of the event that inspiring people and became the trending topic of the society. The production team and the social media team have the important role in the implementation of Hotman Paris youtube account because their completing one and another.*

Keywords: Hotman Paris Show, Strategy, And Youtube Management

Abstrak; Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kehadiran teknologi dan era digital. Youtube merupakan media sosial yang saat ini banyak di gunakan oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan konsep new media, youtube, manajemen, fungsi manajemen POAC (planning, organizing, actuating, controlling). Dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengelolaan akun youtube Hotman Paris Show. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan menyimpulkan hasil wawancara mendalam (indepth interview) dengan tiga orang key infomarman head social media officer, staff social media officer dan produser produksi Hotman Paris Show. Dalam hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bagaimana strategi pengeloalan akun youtube Hotman Paris Show dalam mencapai tujuannya yaitu tim sosial media melakukan strategi dengan memaksimalkan setiap tayangan dengan membuat headline, caption dan thumbnail semenarik mungkin sehingga membuat rasa penasaran muncul disaat audience melihatnya. Dan dari tim produksi hotman paris show melakukan strategi dengan membuat tema acara yang menginspirasi dan sedang hangat dibicarakan di khalayak. Tim produksi hotman paris dan tim sosial media memiliki peranan penting dalam terselenggaranya akun youtube Hotman Paris Show karena antara satu tim dan tim lainnya saling melengkapi.

Kata kunci : strategi pengelolaan youtube

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi tak pelak memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan di kelilingi teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba murah, cepat, tepat dan akurat. Teknologi komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut “publik dunia”. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkatkan pula kecemasan tentang efek media massa terhadap masyarakat. Media massa juga menjadi patokan untuk mendapatkan informasi, terutama bagi masyarakat informasi, mereka dengan mudah dapat mengakses segala informasi yang mereka butuhkan.

New media terdiri dari dua kata yaitu new dan media. New yang berarti baru dan media menjadi perantara. Jadi *new media* merupakan sarana perantara yang baru. Istilah yang menggambarkan tentang suatu keadaan dimana segala bentuk *new media* sebagai

produk teknologi informasi, komunikasi sekarang dan mendatang yang bersama-sama dengan komputer digital memegang peranan penting didalamnya.

Kehadiran new media ternyata diterima oleh masyarakat. Karena, *new media* memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi dari jarak yang sangat jauh sekalipun. Dengan menggunakan jaringan internet kita bisa menikmati kehadiran dan manfaat dari *new media* yang bisa mempermudah pekerjaan manusia.

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet)¹.

Media sangat berperan hebat dalam menyampaikan informasi, melihat pesatnya perkembangan media saat ini pantaslah jika masyarakat memiliki tingkat kebutuhan informasi yang sangat cepat, tidak hanya itu perkembangan media saat ini juga turut memberikan berbagai pilihan kepada masyarakat untuk menikmati informasi dengan cara yang beragam. Hal ini pula yang mendorong perkembangan sebuah media baru

¹ Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosia Rekatama Media. Bandung. 2005. Hlm 103

yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya.

Youtube adalah website paling populer ketiga di dunia setelah Google dan Facebook. Jutaan subscription terjadi di Youtube tiap hari. Dengan pengguna unik hampir 800 juta orang tiap bulan, maka tiap bulan ada 4 trilyun jam ditayangkan oleh Youtube, dan setiap menit ada sekitar video yang di-unggah sebanyak 72 jam².

Media sosial yang satu-satunya bisa meng-unggah tanpa batas durasi adalah youtube. Media sosial youtube telah menjadi fenomena yang mendunia di era modern ini. Youtube merupakan *database* video yang paling populer di dunia internet dan merupakan situs yang menyediakan informasi berupa “audio visual” yang bisa dinikmati siapa saja yang menggunakannya. Situs ini memang diciptakan untuk mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan bisa menontonnya secara online.

Keunggulan dari salah satu media massa dimanfaatkan oleh para industri hiburan untuk mengupload program-programnya kedalam akun youtube. Mengelola akun youtube dan membuat *headline* menarik menjadi strategi meraih suscriber tinggi.

Masing-masing stasiun akun youtube telah membentuk konten tersendiri dan membuat ciri khas tersendiri. Seperti akun Hotman Paris Show yang memiliki konten talkshow di akun youtubanya. *talk show* Hotman Paris Show berbeda dengan *talk show* lainnya.

Sebagai sebuah acara *talk show*, *Hotman Paris Show* merupakan program acara yang mengedepankan topic *Current Issue*. Hotman Paris, sosok yang dikenal tangguh di ruang sidang dan gigih memperjuangkan kliennya kini hadir mengupas berbagai isu panas dan dianggap tabu. Bersama Lolita Agustine dan Melany Ricardo, Hotman Paris menghadirkan para bintang tamu sensasional dari berbagai kalangan untuk berbincang-bincang seputar gaya hidup para *jet setter* serta menggali masalah dan konflik yang dihadapi. Tidak hanya isu kontroversial, acara ini juga memberikan sudut pandang seorang pengacara kasus tertentu. Selain itu juga, dalam *talk show* Hotman Paris Show mempunyai segmen kopi joni yang dimana membahas tentang permasalahan hukum yang berkaitan dengan masyarakat biasa.

Hotman Paris Show telah memiliki 363.585.587 kali penayangan dan 1,18jt

² Bungin, B. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Putra Grafika. Jakarta. 2007. Hlm 55

subscriber. Hotman Paris Show diunggah setiap dua minggu sekali yaitu hari rabu dan kamis. Tak jarang disetiap episode yang diunggah, Hotman Paris Show mendapatkan trending youtube.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana “*strategi pengelolaan akun youtube Hotman Paris Show?*” Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah strategi pengelolaan akun youtube Hotman Paris Show.

Landasan Teori

New Media

Istilah media baru (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Sejauh ciri utama dari media baru yang paling utama adalah kesalingterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesa, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada ‘di mana mana’ (*delocatedness*)³.

Menurut Stoner, manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan⁴.

Dalam sebuah perusahaan membutuhkan sistem manajemen yang berfungsi untuk mengkoordinasi dan mengontrol proses kerja demi tercapainya tujuan yang diharapkan. Termaksud dalam perusahaan media, manajemen sangat dibutuhkan sebagai alat pengontrol dalam usaha mengemukakan ide, proses pengumpulan informasi hingga proses penayangan atau penertiban⁵.

George R.Terry, 1958 dalam bukunya *Priciples of management*, membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu *planning, organizing, actuating* dan *controlling*. Keempat fungsi manajemen ini disingkat dengan POAC.

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang selalu ada dan berada dalam proses manajemen yang menjadi

³ Mcquail. *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. Jakarta. 2011. Hlm 42-43

⁴ Morissan. *Teori komunikasi : individu hingga massa*. Jakarta : Kencana. 2013. Hlm 135

⁵ Fachruddin. A. *Manajemen Pertelevision Modern*. Cv. Andi Offset. Yogyakarta. 2016. Hal 8

patokan bagi dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan⁶.

- a. *Planning*, berasal dari kata *plan*, artinya rencana, rancangan, maksud dan niat. *Planning* berarti perencanaan. Perencanaan adalah proses kegiatan, sedangkan rencana merupakan hasil perencanaan⁷.
- b. *Organizing*, Tinjauan teratas dari “*organizing*” adalah untuk membantu orang-orang dalam bekerja bersama sama secara efektif. Dalam usaha-usaha ini, pengorganisir yang ulung berusaha mencapai suatu hasil menyeluruh yang lebih besar dari jumlah komponen-komponen secara terpisah⁸.
- c. *Actuating*, Fungsi pengarahan dan implementasi, proses implementasi program agar dapat dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.⁹
- d. *controlling*, Menurut Mockler, pengawasan manajemen adalah suatu

usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan¹⁰.

Youtube Sebagai New Media

Definisi Youtube

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.¹¹

⁶ Fachruddin. A. *Manajemen Pertelevision Modern*. Cv. Andi Offset. Yogyakarta. 2016. Hal 12

⁷ Athoillah. A. *Dasar-Dasar Manajemen*. Pustaka Setia. Bandung. 2010. Hal 98

⁸ Terry., G. J. *Dasar-Dasar Manajemen*. Pt Bumi Aksara. Jakarta. 2000. Hal 83

⁹ Fachruddin. A. *Manajemen Pertelevision Modern*. Cv. Andi Offset. Yogyakarta. 2016. Hal 12

¹⁰ Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana. Jakarta. 2009. Hal 159

¹¹ Tjanata. W. 2013. *Sejarah Bedirinya Youtube Sejarah Dunia*.

<https://Canacantya.Wordpress.Com/Sejarah/Sejar>

Kategori Konten Youtube

Konten adalah sesuatu baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten dibuat untuk media, terutama media digital seperti Youtube.

Konten yang berkualitas tidak hanya karya yang original atau karya sendiri tanpa copy karya orang lain. Bukan pula content dengan durasi yang panjang dan menggunakan tata bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam setiap ucapan. Selain dari itu, penonton Youtube memiliki standar mereka sendiri dalam memilih video mana yang mereka senangi. Dari banyaknya jumlah penonton pada sebuah video di Youtube itulah dapat menentukan nilai suatu content¹².

Berikut ini beberapa contoh kategori yang lebih luas yang dapat ditelusuri ; Otomotif & Kendaraan ,Mode & Kecantikan, Komedi, Pendidikan, Hiburan, Hiburan Keluarga, Film & Animasi, Makanan, Game, Petunjuk & Gaya, Musik, Berita & Politik, Nirlaba & Aktivisme Orang & Blog, Hewan & Peliharaan Ilmu Pengetahuan &

Teknologi, Olahraga dan Perjalanan & Acara. *Chanel youtube* Hotman Paris Show, masuk ke dalam kategori hiburan dengan konten talk show. Talk Show tampil dalam bentuk sajian yang mengetengahkan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat, atau tanya- jawab persoalan dengan hadiah, yang disebut kuis. Apabila pembicaraan dilakukan oleh satu orang, program itu dinamakan program uraian pendek atau pernyataan (*the talk program*) wawancara dilakukan oleh dua orang dan diskusi oleh lebih dari dua orang.

Sementara program kuis disajikan oleh seorang master kuis dan peserta kuis (Wibowo,2009:67).

METODE RISET

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil kontruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial yang bersifat realtif.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus

ah-Berdirinya-Youtube. Diunduh Oleh Rahma Dina Sabtu, 14 September 2019, Jam 10.00 WIB
¹² Mildayani, A. (2018). *Strategi Kreator Dalam Membuat Konten Untuk Meningkatkan Minat*

Penonton Youtube.
<https://www.kompasiana.com/athiahmildayani>.
 Diunduh Oleh Rahma Dina, Sabtu, 14 September 2019, Jam 10.00WIB

(*case study*). Studi kasus adalah uraian penjelasan komprehensif menangani berbagai aspek individu, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program atau situasi sosial. Penelitian studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti¹³.

Dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, penelitian ini menentukan siapa saja yang menjadi *key informan* untuk dijadikan subjek dan informasi yang berkaitan dengan masalah pokok penelitian. *Key informan* penelitian ini merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam proses mengelola akun youtube Hotman Paris Show, yaitu; Pieter Yu Yahya – Head sosial media officer, Ginta Febryana Ramadhani – Staff sosial media officer dan Sigit Saputro sebagai produser Hotman Paris Show.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan dua teknik, yaitu data primer dan sekunder. Teknis keabsahan data dipakai dalam penelitian ini triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran atau kredibilitas suatu data dengan cara memeriksa data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hotman paris show merupakan program informasi talkshow yang dipandu oleh Hotman Paris Hutapea dan Melaney Ricardho. Hotman Paris Show disetiap episodenya menghadirkan para bintang tamu sensasional dari berbagai kalangan untuk berbincang-bincang seputar gaya hidup para *jet setter* serta menggali masalah dan konflik yang dihadapi. Selain itu keunggulan program Hotman Paris Show ini sendiri, belum ada konsep program yang sama dengan Hotman Paris Show. Oleh karena itu, program Hotman Paris Show belum memiliki kompetitor.

Dalam program ini terdapat empat segmen yang dimana segmen ketiga membahas seputar masalah hukum yang akan ditangani oleh pengacara Hotman Paris Hutapea, akan ada banyak hal yang bisa kita pelajari dari sisi hukum yang akan dibahas olehnya.

Hotman paris show tayang di iNews Tv setiap hari rabu dan kamis pukul 21.00WIB. Selain tayang di iNews Tv, program hotman paris show tayang di media sosial yaitu *youtube*. Youtube memiliki daya penetrasi yang kuat untuk

¹³ Mulyana.D. *Metode penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2006. Hlm 216

hadir pada setiap momen kehidupan *audience*. Hal ini didukung oleh kemampuan Youtube yang dapat diakses melalui berbagai macam alat selain computer, telepon genggam dan bahkan *smart tv*.

Youtube merupakan sebuah situs website yang sangat populer di era ini. Youtube memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah, menonton dan berbagi video ataupun sebatas menikmati berbagai video yang diunggah oleh berbagai pihak. Youtube dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan menghubungkan jaringan internet ke perangkat yang akan digunakan. Terdapat berbagai macam konten video yang diunggah kedalam situs youtube seperti konten film pendek, makanan, kecantikan dan berbagai hal lainnya.

Akun youtube hotman paris show telah memiliki 1,44jt *subscriber* dan telah disaksikan sebanyak 456.447.624 kali. Tak jarang setiap episode yang tayang dalam Hotman Paris Show menjadi trending youtube dan pembicaraan *audience* yang menyaksikan. Hal ini tak luput dari konten yang disajikan dan strategi yang diterapkan oleh divisi sosial media Hotman Paris Show.

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data melalui wawancara, buku, internet dan observasi. Hasil penelitian yang diperoleh dari teknik wawancara dan observasi langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian. Wawancara dilakukan terhadap tiga informan yang dianggap *representative* terhadap obyek masalah dalam. Tiga informan tersebut memiliki kaitanya dengan akun youtube hotman paris show.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan yang diterapkan dalam akun youtube hotman paris show. Setelah melakukan wawancara dengan beberapa informan, peneliti mencoba menganalisa berdasarkan data-data yang telah didapatkan melalui wawancara mendalam dengan para informan.

Dalam sebuah konten acara memiliki beberapa tahapan-tahapan yang dilakukan agar acara tersebut dapat menghasilkan sesuatu yang berbeda dan tentunya membuat acara tersebut menjadi lebih baik, sehingga bisa dinikmati dan dapat menghibur para penontonnya. Ada pula strategi yang harus dilewati dalam pengelolaan akun youtube sebagai pendukung dari keberhasilan konten acara tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep dari George R. Terry dalam buku *Principles Of Management* yang mengemukakan bahwa keberhasilan harus memiliki empat fungsi yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (perorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (pengawasan). Konsep POAC ini bermaksud untuk meninjau kembali apakah strategi yang digunakan sudah cukup efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan melihat empat fungsi ini pula, hasil yang didapatkan dapat dijadikan acuan untuk menilai kembali strategi yang digunakan dapat apa kekurangan juga kelebihan dari strategi tersebut.

Empat fungsi yang diterapkan pada program Hotman Paris Show dalam pengelolaan akun youtube adalah sebagai berikut :

Planning, Pada tahapan ini biasanya mencari strategi – strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tim sosial media Hotman Paris Show memiliki target dalam melakukan pengelolaan akun youtubanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola akun youtube Hotman Paris Show, dapat diketahui bahwa target *subscriber* disetiap bulan memiliki target

12%. Pada tahap perencanaan ini, divisi youtube hotman paris show melakukan technical meeting oleh divisi produksi mengenai pembahasan yang akan di angkat. Divisi sosial media hotman paris memberi masukan tentang pembahasan yang sedang viral atau komentar komentar *audience* yang tertera dalam kolom komentar youtube hotman paris show. Pada tahap perencanaan ini, divisi youtube hotman paris show melakukan technical meeting oleh divisi produksi mengenai pembahasan yang akan di angkat. Divisi sosial media hotman paris memberi masukan tentang pembahasan yang sedang viral atau komentar komentar *audience* yang tertera dalam kolom komentar youtube hotman paris show.

Mencari pembahasan atau tema yang menarik, Bagian terpenting dalam mengelola akun youtube hotman paris show sehingga *subscriber* dan *viewers* akan terus bertambah ialah konten dari talkshow itu sendiri. Jika konten yang diangkat merupakan berita yang sedang viral atau hangat dibicarakan, maka video tersebut yang di unggah pada akun youtube hotman paris show akan viral dengan sendirinya.

Selain itu, menentukan narasumber. Narasumber yang dihadirkan dalam suatu acara ialah narasumber yang berkompeten

di dalam bidangnya untuk menyampaikan informasi seputar konflik atau inspirasi di acara Hotman Paris Show. Setiap episode talk show hotman paris show memiliki narasumber yang berbeda-beda sesuai dengan tema yang akan dibahas. Narasumber yang hadir pun merupakan narasumber yang berkompeten dalam bidangnya. Seperti saat membahas tentang wajah baru ibu kota Jakarta, narasumber yang didatangkan ialah Anies Baswedan.

Organizing, Dalam mengatur strategi tentunya ada orang yang merancang strategi tersebut agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan, divisi sosial media khususnya divisi hotman paris show tentu mempunyai strategi dalam mengatur keseluruhan video yang akan diunggah dan dinikmati oleh *audience* yang menyaksikan. Fungsi perorganisasian dapat diwujudkan pada saat pembagian tugas. Dalam pembagian tugas pada divisi sosial media, terdapat dua peran yaitu head sosial media dan media officer.

Peran seorang sosial media officer sangat dibutuhkan dalam merancang sebuah strategi agar dapat meraih tujuan yang diharapkan, melihat dari perkembangan pada zaman sekarang yaitu era digital, masyarakat perlahan meninggalkan tv dan beralih ke media

digital seperti youtube yang dapat diakses dimana dan kapan saja oleh audiencenya.

Selain peran sosial media officer dalam menunjang keberhasilan akun youtube hotman paris show, terdapat peran lain yang sangat penting pada talkshow hotman paris show sendiri yaitu produser. Produser merupakan peran yang sangat penting dalam pembuatan konsep acara khususnya Hotman Paris Show

Actuating, Sebuah media tentunya mempunyai sebuah strategi dalam mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai, namun semua tujuan tersebut tentunya memiliki perannya masing-masing pada setiap bagian yang berbeda yang saling menunjang agar dapat mencapai tujuan tersebut

Pada tahap pelaksanaan, akun youtube hotman paris show menerapkan strategi yang telah dirumuskan agar tujuan mendapatkan *subscriber* dan *viewers* tercapai secara efisien dan efektif. . Ciri khas yang dimiliki acara Hotman Paris Show menjadi salah satu daya Tarik yang diharapkan terus menarik *viewers* dan *subscriber*. Tahap *actuating* dalam *actuating* yaitu, preview, Memakai caption dan *headline* yang menarik, Menggunakan *thumbnail* yang menarik dan editing.

Controlling merupakan tindakan membandingkan antara rencana dengan aktualnya. *Controlling* atau pengawasan terhadap kesalahan-kesalahan teknis yang terjadipun tidak luput dari pembahasan divisi pengelola akun youtube Hotman Paris Show. Selain itu, Komentar dari *audience* menjadi bahan evaluasi di episode selanjutnya. Selain komentar yang dilanturkan pada kolom komentar youtube, *controlling* atau pengawasan harus dilakukan secara detail dan mendalam.

Keberhasilan dari suatu akun youtube dapat dilihat dari beberapa banyaknya *subscriber* dan berapa banyak *audience* yang telah menyaksikan unggahan video di akun youtube tersebut, selain itu juga keberhasilan akun youtube dilihat dari tayangan yang selalu *trending* dalam setiap unggahan. Berdasarkan hasil observasi penelitian di lapangan yang dilakukan pada akun youtube hotman paris show

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam mengelola akun youtube Hotman Paris Show memiliki target *subscriber* 12% setiap bulanya. Kenaikan *subscriber* dipengaruhi dengan tema dan narasumber yang di undang pada setiap

episode. Dalam mengelola akun youtube Hotman Paris Show menerapkan fungsi manajemen POAC (*planning, organizing, actuating* dan *controlling*). Setiap episode dalam akun youtube Hotman Paris Show, tak jarang menjadi *trending youtube*. Hal ini dikarenakan konten acara, *headline* dan *thumbnail* yang menarik perhatian *audience*. Tema disetiap episode sangat penting untuk menjadikan tayangan *trending*. Dengan hadirnya hotman paris show di akun youtube, *audience* dapat memberikan kritik dan saran melalui kolom komentar yang disediakan, baik itu terhadap kontennya maupun kepada Hotman Paris Show sendiri, sehingga tim Hotman Paris Show dapat memperbaiki dan mengevaluasi untuk menjadikan program *talkshow* yang lebih baik lagi.

Saran-saran

Persaingan antar media kian semakin ketat seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, dengan begitu media juga harus mengikuti kemajuan zaman untuk memberikan yang terbaik kepada *audience*.

Selain tayang di televisi, program Hotman Paris Show tayang di media *platform* seperti youtube. Hotman Paris Show memperluas tayangannya akibat tuntutan di era digital, agar mampu bersaing dengan media-media lainnya

Dalam penelitian, penulis menyarankan agar pihak tim media social media Hotman Paris Show untuk lebih intensif dalam memberikan *feedback* kepada para *audience*, misalnya merespon kritik dan saran yang masuk atau keluhan-keluhan *followers* Hotman Paris Show.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2005). *Komunikasi massa suatu pengantar* (Cetakan ke 2). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Athoillah, A. (2010). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Terry, G.R., Rue. LW. (2008). *Principles of management*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjanatjantia. W. (2013). *Sejarah berdirinya youtube sejarah dunia*. Di peroleh dari <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa mcquail* (Edisi 6 Buku 1). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mildayani, A. (2018). *Strategi kreator dalam membuat konten untuk meningkatkan minat penonton youtube*. Diperoleh dari <https://www.kompasiana.com/athi ahmildayani9750/5b4a3de0f1334>

463cb2a7423/strategi-creator-
dalam-membuat-content-untuk-
meningkatkan-minat-penonton-
youtube?page=all

Morissan. (2011). *Manajemen media
penyiaran: strategi mengelola
radio dan televisi*. Jakarta:
Kencana

Wibowo, F. (2009). *Teknik produksi
program televisi* (Cetakan ke-3).
Yogyakarta: Pinus Book
Publisher.