

Analisis Efektivitas *Gimmick* dalam Konten YouTube “Windah Basudara” Berdasarkan Pendekatan Komunikasi Efektif 7C’s

Muhamad Rizki^{1*}, Koesworo Setiawan², Ruhimat³

¹⁻³Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda

ABSTRAK

Penggunaan *gimmick* dalam konten YouTube telah menjadi strategi populer untuk menarik perhatian di tengah kompetisi digital, namun kajian terdahulu cenderung berfokus pada metrik kuantitatif tanpa mengevaluasi efektivitas komunikasinya secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis efektivitas *gimmick* dalam konten YouTube "Windah Basudara" menggunakan pendekatan komunikasi efektif 7C's (*Credibility, Context, Content, Clarity, Consistency, Channel, dan Capability of the Audience*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Populasi penelitian mencakup *subscriber* aktif kanal YouTube Windah Basudara, dengan sampel sebanyak 100 responden berusia 17–30 tahun yang dipilih menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup berskala *Likert* lima poin. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) pada setiap indikator dan dimensi komunikasi guna menginterpretasikan persepsi audiens terhadap strategi *gimmick* yang diterapkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, efektivitas *gimmick* dalam konten Windah Basudara berada pada kategori "Cukup Baik" dengan skor rata-rata 2,98. Secara spesifik, dimensi *Clarity* dan *Channel* memperoleh skor tertinggi (3,00), yang mengindikasikan bahwa *gimmick* berhasil didukung oleh kejelasan pesan serta elemen visual dan audio yang optimal. Sebaliknya, dimensi *Credibility* dan *Context* memperoleh skor terendah (2,96), menandakan bahwa *gimmick* lebih dipersepsikan sebagai elemen hiburan dibandingkan sebagai sumber informasi yang kredibel atau relevan secara personal. Dimensi lainnya, yakni *Content, Consistency, dan Capability of the Audience* berkisar pada skor 2,97–2,99, yang menunjukkan bahwa *gimmick* mampu membedakan karakter kreator dan memicu interaksi awal, namun belum menjadi faktor dominan dalam membangun keterlibatan audiens secara berkelanjutan. Disimpulkan bahwa *gimmick* berperan efektif sebagai elemen pendukung komunikasi hiburan, namun keberhasilan komunikasi digital tetap memerlukan sinergi dengan kualitas konten dan konsistensi pesan.

Kata Kunci: *Gimmick*, YouTube, Komunikasi Efektif 7C's, Windah Basudara, Konten Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial berbasis video telah mentransformasikan pola komunikasi massa dari model satu arah menjadi interaktif dan partisipatif. YouTube, sebagai salah satu platform berbagi video, berperan dalam ekosistem digital global dan nasional (Triyana, 2019). Berdasarkan data dari Data Reportal (2026), menunjukkan bahwa YouTube menjangkau sekitar 151 juta pengguna di Indonesia, setara dengan 53 % dari total populasi negeri ini (sekitar 286 juta jiwa), sekaligus mencapai 65,5 % dari total pengguna internet di Indonesia berdasarkan jangkauan iklan (*ad reach*) (Hermawan, 2022). Dominasi platform ini menunjukkan betapa luasnya audiens yang terekspos video digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sekaligus memberi gambaran tentang pentingnya strategi komunikasi kreatif bagi pembuat konten di era digital saat ini.

Fenomena ini relevan untuk fenomena konten digital karena meningkatnya kompetisi mengakibatkan kreator dituntut menghadirkan memiliki daya tarik yang unik. Salah satu cara yang digunakan adalah lewat *gimmick* yakni unsur komunikasi kreatif yang dirancang untuk menciptakan impresi kuat, keterlibatan emosional, atau kejutan bagi audiens (Pambayun, 2021; Ruhimat, 2025). Dalam praktik konten YouTube, *gimmick* dapat berupa elemen visual, gaya narasi, humor, atau karakteristik lainnya yang membedakan suatu channel dari channel lain secara komunikatif.

Windah Basudara merupakan salah satu kreator konten Indonesia yang dikenal karena penggunaan *gimmick* secara konsisten dalam struktur kontennya. Elemen-elemen khas seperti gaya bicara khas, ekspresi dramatis, dan interaksi langsung dengan audiens telah menjadi ciri identitas komunikatif yang melekat pada setiap video yang diproduksinya. *Gimmick* dalam konteks ini menjadi bagian dari strategi komunikasi yang mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima oleh audiens yang beragam.

Secara konseptual, *gimmick* dalam komunikasi digital dipahami sebagai strategi simbolik yang menggabungkan unsur emosional, estetika, dan fungsional untuk memaksimalkan efektivitas pesan (Setiawan, 2023). Untuk menilai efektivitas strategi

tersebut, pendekatan komunikasi efektif 7C's menawarkan kerangka konseptual komprehensif yang mencakup *credibility, context, content, clarity, consistency/continuity, channel*, dan *capability of the audience* (Setiawan, 2023). Kerangka ini memungkinkan analisis *gimmick* tidak hanya sebagai unsur estetika, tetapi sebagai elemen komunikasi yang terstruktur dan dapat dievaluasi dari sudut kualitas pesan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi kreatif dan *gimmick* berperan penting dalam menarik perhatian audiens YouTube. Eriyanto (2023) menemukan pentingnya konsistensi gaya komunikasi dan kualitas konten sebagai faktor yang meningkatkan daya tarik kanal. Ningsih (2022) dan Priatna (2023) juga menemukan bahwa elemen-elemen khas dalam konten kreator seperti humor, karakter unik, dan interaksi dengan penonton berkontribusi terhadap *engagement* penonton. Meski demikian, kajian tersebut lebih memosisikan *gimmick* sebagai alat untuk meningkatkan metrik kuantitatif seperti jumlah *subscriber* atau *viewer*, bukan sebagai variabel komunikasi yang dievaluasi dari sisi efektivitas pesan itu sendiri.

Adanya celah tersebut mencerminkan *research gap* yang menjadi dasar penelitian ini yaitu kurangnya kajian yang secara khusus menganalisis *gimmick* sebagai variabel tunggal dalam perspektif komunikasi efektif, terutama berdasarkan kerangka 7C's. Pendekatan yang ada cenderung melihat hubungan antara *gimmick* dan hasil-hasil seperti keterlibatan atau pertumbuhan *subscriber*, tanpa membedah secara sistematis bagaimana *gimmick* bekerja sebagai strategi komunikasi yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara berdasarkan pendekatan komunikasi efektif 7C's, dengan penekanan pada cara *gimmick* dikonstruksi, disesuaikan dengan konteks media YouTube, serta perannya dalam menyampaikan pesan yang relevan dan dapat dipahami oleh audiens yang besar dan beragam. Dengan fokus tersebut, studi ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi kajian komunikasi digital, khususnya pemahaman *gimmick* sebagai strategi sebagai alat komunikasi efektif yang berimplikasi luas dalam praktik konten digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis efektivitas *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara berdasarkan pendekatan komunikasi efektif 7C's. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan persepsi audiens terhadap *gimmick* sebagai strategi komunikasi tanpa menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sugiyono, 2019). Objek penelitian adalah *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara, sedangkan subjek penelitian adalah penonton kanal YouTube Windah Basudara. Populasi penelitian mencakup seluruh *subscriber* aktif YouTube Windah Basudara yang berjumlah 13.700.000 per tanggal 23 Juli 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan pengguna YouTube yang telah menjadi *subscriber* dan menonton konten Windah Basudara serta berada pada rentang usia 17–30 tahun. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang dinilai telah mewakili karakteristik populasi penelitian.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disebarakan secara daring. Instrumen penelitian disusun berdasarkan tujuh dimensi komunikasi efektif 7C's (Setiawan, 2023). Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, serta sumber pustaka yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan Skala *Likert* lima poin (1–5) untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator *gimmick* (Hardani et al., 2020). Sebelum analisis, data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk memastikan kelayakan instrumen (Machali, 2021).

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) setiap indikator dan dimensi *gimmick* menggunakan rumus berikut:

$$M = \frac{F \times \text{Skor}}{n}$$

Keterangan:

M = nilai rata-rata

F = frekuensi jawaban responden

Skor = bobot Skala Likert

n = jumlah responden

Nilai rata-rata yang diperoleh kemudian diinterpretasikan berdasarkan kriteria Skala *Likert* sebagai berikut.

Tabel 2. Kriteria Interpretasi Skala *Likert*

Interval Skor	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 – 4,20	Baik (B)
2,61 – 3,40	Kurang Baik (KB)
1,81 – 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: Sugiyono (2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran demografis sampel penelitian yang terlibat dalam pengukuran pengaruh gimmick terhadap minat subscribe. Informasi mengenai usia dan jenis kelamin penting dalam penelitian komunikasi digital karena perbedaan karakteristik audiens dapat memengaruhi cara individu menerima pesan, menafsirkan konten, serta merespons strategi komunikasi yang digunakan kreator di platform YouTube.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

Karakteristik	Kategori	N	%
Usia	17–22 Tahun	61	61,0%
	23–30 Tahun	39	39,0%
Jenis Kelamin	Laki-laki	50	50,0%
	Perempuan	50	50,0%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berada pada rentang usia 17–22 tahun, yaitu sebesar 61,0%, sedangkan responden usia 23–30 tahun sebesar 39,0%. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens kanal YouTube Windah Basudara

didominasi oleh kelompok remaja akhir hingga dewasa muda, yang secara umum memiliki intensitas konsumsi media digital tinggi dan cenderung responsif terhadap konten hiburan berbasis interaksi serta gaya komunikasi ekspresif. Ditinjau dari jenis kelamin, distribusi responden menunjukkan komposisi yang seimbang antara laki-laki dan perempuan, masing-masing sebesar 50,0%. Keseimbangan ini menggambarkan bahwa konten Windah Basudara mampu menjangkau audiens lintas gender secara merata. Kondisi tersebut memperkuat asumsi bahwa *gimmick* yang digunakan dalam konten bersifat relatif universal, tidak bergantung pada preferensi gender tertentu, dan berpotensi berfungsi sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam menarik minat subscribe dari berbagai kelompok audiens.

Uji Validitas Instrumen Variabel *Gimmick*

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel *gimmick* secara tepat dan konsisten sesuai dengan konsep yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai *r hitung* dan *r tabel*. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Gimmick*

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya merasa bahwa informasi yang disampaikan oleh Windah Basudara dapat dipercaya	0,370	0,195	Valid
2	Windah Basudara terlihat jujur dan autentik dalam menyampaikan kontennya	0,387	0,195	Valid
3	Windah Basudara tidak berlebihan dalam menampilkan kontennya demi popularitas	0,433	0,195	Valid
4	Topik dalam konten Windah Basudara relevan dengan kehidupan sehari-hari saya	0,319	0,195	Valid
5	Saya merasa gimmick yang digunakan sesuai dengan tema video yang disajikan	0,308	0,195	Valid
6	Gimmick yang digunakan mengikuti tren yang sedang populer	0,317	0,195	Valid
7	Konten Windah Basudara terasa unik dan berbeda dari YouTuber lainnya	0,295	0,195	Valid
8	Saya menikmati cara Windah Basudara menyampaikan isi videonya	0,418	0,195	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
9	Gimmick yang digunakan membuat kontennya lebih menarik untuk ditonton	0,393	0,195	Valid
10	Saya bisa dengan mudah memahami pesan yang disampaikan dalam konten Windah Basudara	0,339	0,195	Valid
11	Bahasa yang digunakan mudah dimengerti	0,330	0,195	Valid
12	Visual dan editing konten mendukung pemahaman pesan	0,397	0,195	Valid
13	Windah Basudara konsisten menggunakan gimmick yang menjadi ciri khasnya	0,353	0,195	Valid
14	Windah Basudara selalu menjaga kualitas konten videonya	0,411	0,195	Valid
15	Windah Basudara selalu menjaga kesesuaian penampilan dengan kontennya	0,386	0,195	Valid
16	Thumbnail video Windah Basudara menarik dan mewakili isi videonya	0,376	0,195	Valid
17	Desain channel Windah Basudara membuat saya tertarik untuk menonton kontennya	0,396	0,195	Valid
18	Musik atau suara yang digunakan mendukung suasana konten yang ditampilkan	0,373	0,195	Valid
19	Gimmick mendorong saya untuk berkomentar di videonya	0,431	0,195	Valid
20	Gimmick mendorong saya untuk membagikan kontennya ke orang lain	0,509	0,195	Valid
21	Saya menjadi lebih tertarik menonton video Windah Basudara lainnya karena gimmick	0,461	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3, seluruh 21 item pernyataan variabel *gimmick* memiliki nilai *r hitung* yang lebih besar dibandingkan nilai *r tabel* sebesar 0,195. Nilai korelasi terendah tercatat sebesar 0,295, sedangkan nilai tertinggi sebesar 0,509, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas Instrumen Variabel *Gimmick*

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel *gimmick*. Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Alpha lebih besar dari batas minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Gimmick*

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
1	<i>Gimmick</i>	0,705	21	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4, variabel *gimmick* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,705, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan jumlah 21 item pernyataan, hasil ini mengindikasikan bahwa kuesioner mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya.

Tanggapan Responden terhadap Efektivitas *Gimmick* dalam Konten YouTube “Windah Basudara”

Tanggapan responden dianalisis untuk menilai efektivitas *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara berdasarkan pendekatan komunikasi efektif 7C's, yang meliputi *credibility*, *context*, *content*, *clarity*, *consistency/continuity*, *channel*, dan *capability of the audience*. Penilaian dilakukan menggunakan skala *Likert* lima poin, kemudian diringkas dalam bentuk nilai rata-rata setiap dimensi guna memberikan gambaran umum tingkat efektivitas *gimmick* secara deskriptif.

Tabel 5. Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Efektivitas *Gimmick* dalam Konten YouTube Windah Basudara

No	Dimensi Efektivitas <i>Gimmick</i>	Skor Rata-rata	Kriteria
1	<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	2,96	Cukup Baik
2	<i>Context</i> (Konteks)	2,96	Cukup Baik
3	<i>Content</i> (Konten)	2,97	Cukup Baik
4	<i>Clarity</i> (Kejelasan)	3,00	Cukup Baik
5	<i>Consistency / Continuity</i> (Konsistensi)	2,99	Cukup Baik
6	<i>Channel</i> (Media)	3,00	Cukup Baik
7	<i>Capability of the Audience</i>	2,99	Cukup Baik
Rata-rata Variabel <i>Gimmick</i>		2,98	Cukup Baik

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan variabel *gimmick* sebesar 2,98 dengan kriteria cukup baik. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum *gimmick* yang digunakan dalam konten YouTube Windah Basudara dinilai cukup efektif sebagai elemen komunikasi yang mendukung penyampaian pesan dan

daya tarik konten. Dimensi *clarity* dan *channel* memperoleh skor tertinggi (3,00), yang mengindikasikan bahwa *gimmick* relatif mudah dipahami oleh audiens serta didukung oleh elemen media seperti visual, audio, dan tampilan kanal. Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi teknis penyampaian pesan, *gimmick* telah berfungsi dengan cukup optimal. Sementara itu, dimensi *credibility* dan *context* memperoleh skor yang sedikit lebih rendah (2,96), yang mengindikasikan bahwa aspek kepercayaan dan relevansi konteks masih berada pada tingkat moderat dan belum sepenuhnya kuat.

Dimensi *content*, *consistency*, dan *capability of the audience* juga berada pada kategori cukup baik, yang menunjukkan bahwa *gimmick* mampu menciptakan keunikan, dipertahankan secara relatif konsisten, serta mendorong keterlibatan audiens pada tingkat tertentu, meskipun belum sepenuhnya menjadi faktor dominan dalam membangun interaksi yang tinggi. Secara keseluruhan, hasil ini menemukan bahwa *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara telah berfungsi sebagai strategi komunikasi yang cukup efektif, namun masih memiliki ruang pengembangan agar dapat meningkatkan kredibilitas, relevansi konteks, dan keterlibatan audiens secara lebih optimal.

Pembahasan

Gimmick dalam konten YouTube "Windah Basudara" dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi hiburan yang berfungsi menarik perhatian audiens, membangun suasana interaktif, serta memperkuat penyampaian pesan. Dalam konteks komunikasi digital, *gimmick* berperan sebagai stimulus simbolik yang membantu pesan tampil menonjol di tengah kepadatan informasi di platform media baru (Pambayun, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *gimmick* yang digunakan Windah Basudara secara umum dinilai cukup efektif, ditinjau dari berbagai dimensi komunikasi efektif.

Ditinjau dari dimensi *credibility*, *gimmick* dipersepsikan cukup mampu membangun kesan kepercayaan dan kejujuran kreator. Audiens menilai bahwa gaya penyampaian yang digunakan tidak sepenuhnya berlebihan dan masih berada dalam

batas kewajaran konten hiburan. Namun, persepsi kredibilitas tersebut belum tergolong kuat karena *gimmick* lebih dimaknai sebagai bagian dari performa hiburan dibandingkan sebagai representasi keaslian informasi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa unsur hiburan dalam komunikasi digital berpotensi melemahkan persepsi kredibilitas apabila tidak diimbangi dengan substansi pesan yang konsisten (Setiawan, 2023).

Pada dimensi *context*, *gimmick* dinilai cukup relevan dengan tema video dan tren yang berkembang, meskipun relevansi tersebut belum dirasakan secara mendalam oleh seluruh audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa *gimmick* bersifat kontekstual secara umum, tetapi tidak selalu mampu menjangkau pengalaman personal penonton secara merata. Dalam kerangka efektivitas komunikasi, kesesuaian konteks menjadi elemen penting karena pesan yang tidak sepenuhnya kontekstual cenderung menghasilkan keterlibatan emosional yang terbatas (Setiawan, 2023).

Dimensi *content* menunjukkan bahwa *gimmick* berfungsi sebagai elemen pendukung yang menambah daya tarik dan keunikan konten. Audiens menilai bahwa gaya penyampaian, humor, serta ekspresi khas kreator cukup membedakan kontennya dari YouTuber lain. Namun, penilaian yang masih berada pada kategori cukup menggambarkan bahwa *gimmick* belum sepenuhnya menciptakan diferensiasi yang kuat. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *gimmick* efektif ketika dipadukan dengan konsep konten yang memiliki nilai kebaruan dan relevansi yang jelas (Pambayun, 2021).

Pada dimensi *clarity*, *gimmick* dinilai cukup mendukung kejelasan pesan. Audiens relatif mudah memahami isi konten melalui penggunaan bahasa yang sederhana, alur penyampaian yang jelas, serta dukungan visual dan editing yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa *gimmick* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berperan dalam membantu penyampaian pesan secara komunikatif. Kejelasan pesan merupakan salah satu prasyarat utama komunikasi yang efektif dalam media digital (Setiawan, 2023).

Dimensi *consistency* menunjukkan bahwa *gimmick* telah membentuk identitas kanal yang cukup mudah dikenali. Konsistensi penggunaan gaya komunikasi dan ciri khas kreator berkontribusi terhadap pembentukan citra kanal di mata audiens. Meskipun demikian, konsistensi tersebut belum sepenuhnya dirasakan stabil pada seluruh konten, sehingga efektivitas *gimmick* dalam memperkuat identitas masih bersifat moderat. Konsistensi menjadi faktor penting dalam membangun ekspektasi audiens dan keberlanjutan komunikasi jangka panjang (Pambayun, 2021).

Pada dimensi *channel*, audiens menilai bahwa pemanfaatan elemen visual, audio, thumbnail, dan desain kanal cukup mendukung daya tarik konten. Temuan ini menunjukkan bahwa platform YouTube telah dimanfaatkan secara cukup efektif sebagai saluran penyampaian *gimmick*. Namun, penilaian yang belum mencapai kategori sangat baik mengindikasikan adanya kemampuan dalam pengembangan pada aspek visual dan teknis agar kesan profesional dan daya tarik awal dapat lebih ditingkatkan (Setiawan, 2023).

Sementara itu, pada dimensi *capability of the audience*, *gimmick* dinilai cukup mampu mendorong interaksi awal, seperti ketertarikan menonton video lain, berkomentar, atau membagikan konten. Namun, keterlibatan tersebut belum sepenuhnya berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa *gimmick* efektif sebagai pemicu perhatian awal, tetapi belum cukup kuat untuk membangun partisipasi audiens yang mendalam tanpa dukungan kualitas konten dan kedekatan emosional yang lebih kuat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *gimmick* berperan sebagai faktor pendukung, bukan faktor tunggal, dalam membangun keterlibatan audiens (Eriyanto, 2023; Ningsih, 2022; Priatna, 2023).

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa *gimmick* dalam konten YouTube "Windah Basudara" berada pada kategori cukup efektif. *Gimmick* terbukti mampu menarik perhatian dan membangun interaksi awal audiens, namun efektivitasnya masih bersifat komplementer. Peningkatan efektivitas komunikasi secara berkelanjutan tetap memerlukan penguatan pada aspek kredibilitas, relevansi konteks, serta kualitas konten yang konsisten. Dengan demikian, *gimmick* berfungsi

sebagai elemen pendukung strategi komunikasi hiburan dalam ekosistem media digital, bukan sebagai penentu tunggal keberhasilan komunikasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *gimmick* dalam konten YouTube Windah Basudara berada pada kategori cukup efektif berdasarkan pendekatan komunikasi efektif 7C's. *Gimmick* terbukti mampu menarik perhatian audiens, mendukung kejelasan pesan, serta memanfaatkan saluran media YouTube secara relatif optimal. Namun, efektivitas tersebut masih bersifat moderat, terutama pada aspek kredibilitas dan kesesuaian konteks, sehingga *gimmick* lebih berperan sebagai elemen pendukung komunikasi hiburan daripada faktor utama pembentuk keterlibatan audiens secara berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh daya tarik *gimmick*, tetapi juga oleh konsistensi pesan, relevansi konteks, dan kualitas konten yang menyertainya.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris mengenai peran *gimmick* dalam komunikasi digital dengan menggunakan kerangka 7C's of *Communication*. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu variabel dan melibatkan responden dengan rentang usia terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggabungkan dengan variabel lain yang relevan, memperluas karakteristik audiens, serta menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas *gimmick* dalam membangun komunikasi dan keterlibatan audiens di media digital.

REFERENSI

- Abdullah, M. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- DataReportal. (2025, November 5). *DataReportal global digital insights*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Eriyanto. (2023). *Strategi konten kreator kuliner dalam meningkatkan jumlah subscriber dan viewer (Studi kasus pada YouTube Channel Enjoyaja)*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st edn). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hermawan, F. (2022). Analysis of interest of YouTube platform users as a medium of digital communication today. *Jurnal Manajemen*, 14(3), 564–573.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ningsih, T. S. (2022). *Strategi kreatif YouTuber Febri Fegan dalam mengemas konten video game*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pambayun, E. L., & Darmastuti, R. (2021). *An integrated marketing communication circle in 4.0 era: Filosofi, konsep, dan implementasi*. PT Refika Aditama.
- Priatna, M. R. (2023). *Strategi kreatif konten kreator dalam memproduksi video di akun YouTube ANGR*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ruhimat, A. A. (2025). *Komunikasi Digital Sebagai Agen Agitasi Perubahan Sosial*.
- Setiawan, K. (2023). *Peran humas pemerintah di tengah badai pandemi: Studi deskriptif kampanye program perlindungan sosial*. Jagat Mitra Kertiyasa.
- Slamet, & Wahyuningsih. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2).

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Triyana, I. G. (2019). Media sosial dalam proses pembelajaran di perguruan tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 5(1).

YouTube Windah Basudara. (2024, Juli 23). *Windah Basudara*.
<https://www.youtube.com/@WindahBasudara>