

## **ANALISIS BIBLIOMETRIK PENDAPATAN YOUTUBER INDONESIA**

Muhammad Faisal Bachmid, Indrawati Yuhertiana  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Jalan Raya Rungkut Madya, Surabaya  
mfaisalbachmid@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to determine whether the YouTube application is a new business or a new profession for millennials and Y generation. This research method is a literature review with a bibliometric analysis approach to analyze 167 scientific publication documents indexed in the Scopus and Google Scholar databases. The research results from the VOSviewer application show that the development of global scientific publications regarding several ways to earn income through YouTube social media from 2019 to 2023 has increased and decreased yearly. From this research, it is hoped that it can change the view that YouTuber work can be said to be feasible, because the source of income is clear where it comes from, and it is hoped that it can also be used as a reference for conducting further research on the topic of YouTuber or YouTube income.*

**Kata Kunci :** *Bibliometrik, Youtube, Pendapatan Youtuber, VOSviewer, Media Sosial*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aplikasi youtube sebagai sebuah bisnis baru atau profesi baru untuk generasi milenial dan Y. Metode penelitian ini yaitu tinjauan pustaka (literature review) dengan pendekatan bibliometric analysis untuk menganalisis 167 dokumen publikasi ilmiah yang terindeks pada database Scopus dan Google Scholar. Hasil penelitian dari aplikasi VOSviewer menunjukkan perkembangan publikasi ilmiah global mengenai beberapa cara untuk mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube yang dimulai pada tahun 2019 sampai dengan 2023 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Dari penelitian ini diharapkan dapat mengubah pandangan pekerjaan youtuber dapat dikatakan layak, karena sumber penghasilan yang jelas dari mana asalnya, dan diharapkan juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik pendapatan youtuber atau youtube.

**Kata kunci :** Bibliometrik, Youtube, Pendapatan Youtuber, VOSviewer, Media Sosial

### **Pendahuluan**

Era Digital yang digunakan untuk menggambarkan kemunculan teknologi digital, web, dan komputasi yang tersedia di dunia (Widjanarko dan Yuhertiana, 2022). Dengan perkembangan zaman digital modern hari ini penggunaan internet meningkat salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan sebuah aplikasi yang digunakan pada banyak kalangan sebagai salah satu tempat hiburan, sumber informasi, dan cara untuk mendapatkan penghasilan dengan profesi baru atau bisnis baru. Salah satu jenis implementasi perkembangan teknologi internet dalam hal

meningkatkan bisnis yaitu menggunakan media sosial (social media) (Nurlinda dan Utami, 2019). Sosial media merupakan tempat dimana para penggunanya dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, dan ide yang baru (Fadillah et. al., 2019). Ide yang baru disini yaitu dapat berupa salah satu cara untuk menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan media sosial, misalnya media sosial Youtube, pada media sosial youtube penggunanya dapat mendapatkan penghasilan dengan cara mengunggah video konten berisi tentang pengetahuan atau informasi yang bermanfaat

bagi penontonnya dan juga dapat berisi tentang promosi produk yang dijual atau orang yang ingin produknya dipromosikan. Proses penjualan suatu produk perusahaan harus menggunakan metode baru dalam melakukan promosi, salah satu cara promosi tersebut yaitu dengan menggunakan media sosial (Suleman et.al., 2021).

Youtube merupakan salah satu social media yang penggunaannya dapat mengunggah, menonton dan membagi video tersebut. Youtube didirikan pada tanggal 14 Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal yaitu Steven Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim, Popularitas Youtube meningkat pesat, hal tersebut membuat ketiga pendiri memikirkan bahwa Youtube memerlukan lebih banyak komputer dan koneksi internet yang canggih, dengan kondisi tersebut ketiga pendiri tersebut terdorong untuk menjual Youtube (Ginting, 2022). Pada November 2006 Youtube dibeli oleh Google, Google merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi global khususnya pada layanan dan produk terkait dengan internet. Google berfokus pada pencarian berbasis web dan menampilkan alat periklanan.

Youtube memberikan kesempatan kepada para penggunanya (Han, 2020). Yang pertama youtube dapat membuat orang biasa menjadi selebriti (Johnston, 2021). Selebriti yang dimaksud seperti Reza Oktovian, Reza oktovian merupakan mantan pengguna YouTube, dan menjadi terkenal setelah video mereka menjadi viral di internet. Yang kedua dengan berkembang, banyak pengguna youtube, terutama mereka yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang besar, mereka mulai mengembangkan pendekatan baru dengan mencoba menghasilkan uang dari video mereka (Abed et. al., 2017). Youtube dapat dijadikan pilihan sebagai sumber pendapatan (Harian Metro, 2020; Ahmad et.al., 2022)). Pernyataan menurut ahli diatas didukung oleh pernyataan dari pihak youtube bahwa mereka memonetisasi atau membayar kepada para pembuat konten yang ada di Youtube (Youtuber), penghasilan di youtube pada umumnya disebutkan sebagai monetisasi (Supportgoogle, 2023). Untuk menghasilkan uang di Youtube para konten kreator youtube (Youtuber) harus memenuhi ketentuan yang

ditetapkan oleh Youtube antara lain: (1) mengikuti aturan dari pihak Youtube, (2) Tinggal di negara yang bekerja sama dengan Youtube, (3) Memiliki lebih dari 4,000 jam tayang (dihitung dalam 12 bulan terakhir), (4) Memiliki total 1,000 Subscribers, dan (5) Memiliki akun Google AdSense.

Perkembangan teknologi di Indonesia sangatlah pesat, salah satunya yaitu media sosial. Pada survei Social Media Habit dan Internet Safety melalui aplikasi Populix mendapatkan 1023 responden mengenai persentase social media yang digunakan dalam jangka 1 bulan terakhir oleh penduduk Indonesia, pada survei tersebut menunjukkan YouTube (94%), Instagram (93%), Tiktok (63%), Facebook (59%), dan Twitter (54%) (CNN Indonesia, 2022). Selain itu dari survei tersebut sebesar 79% menggunakan social media untuk menikmati waktu luang dan mencari informasi atau berita terbaru. Dari survei diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap social media youtube sangat besar.

Penelitian ini menjadi penting, karena banyak youtuber di seluruh dunia yang mengalami masalah dalam menjalankan bisnisnya yang ada di youtube. Pada berita Tagar Indonesia mengenai survei First Choice yang dilakukan oleh Samsung, responden pada survei tersebut berjumlah 1,000 anak dengan rentang usia 6 sampai 17 tahun, sebanyak 34,2 persen menyebut ingin menjadi seorang YouTuber, sementara yang mau menjadi blogger 18% dan vlogger 10% (Afifah, 2021). Menurut berita tersebut terdapat beberapa masalah yang dialami youtuber pemula, yaitu ingin yang instan atau ingin cepat sukses, tidak memikirkan target audiens untuk konten yang dibuat, tidak membuat rencana konten yang pasti, tidak memanfaatkan algoritma youtube dengan benar, dan hanya berfokus pada visual seperti video yang bagus. Dalam sudut pandang ekonomi pendapatan youtuber berkaitan dengan akuntansi karena, pada salah satu fitur youtube yaitu studio youtube, pada fitur tersebut youtuber dapat melihat pendapatan yang diterimanya setiap video yang diunggah dan dapat mengetahui pendapatan tersebut dari mana asalnya. Atas dasar itu pendapatan youtuber memiliki kaitan dengan akuntansi karena, data pendapatan

yang ada di studio youtube diberikan oleh pihak youtube.

Sejumlah artikel bibliometrik mengenai sosial media telah dilakukan. Sebuah artikel yang dilakukan oleh (Othman et. al., 2021) membahas 1888 artikel mengenai pemasaran Facebook dari tahun 2006 sampai dengan 2020 menggunakan database Scopus. (Chang et.al., 2020) membahas 237 artikel mengenai social media influencer dari tahun 2000 sampai dengan 2019 menggunakan database Social Sciences Citation Index dan Sciences Citation Index Expanded. (Resqi, 2022) membahas 1655 artikel mengenai komunikasi pemasaran melalui media sosial dari tahun 2015 sampai dengan 2022 menggunakan database Scopus. (Fuadi, 2022) membahas 1198 artikel mengenai media sosial dan pemilu dari tahun 2008 sampai dengan 2022 menggunakan database Scopus. (Budiyanto et.al., 2022) membahas 73 artikel mengenai pengaruh media sosial pada keputusan pembelian dari tahun 2017 sampai dengan 2021 menggunakan database Garuda.kemdikbud.go.id dengan kriteria sinta 1 – 6. (Putri, 2021) membahas 46 artikel mengenai pengaruh berita media sosial terhadap perilaku remaja dari tahun 2013 sampai dengan 2021 menggunakan database Google Scholar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, pada penelitian ini berfokus dalam membahas mengenai pendapatan youtuber Indonesia dan tidak pada media sosial yang lain.

Pada berita grid indonesia terdapat kasus pencucian uang yang dilakukan Rafael Alun Trisambodo dan nama Raffi Ahmad terseret dalam kasus tersebut, Raffi ahmad dalam berita tersebut membongkar hasil sumber kekayaan yang dimilikinya (Grid, 2023). Dari kasus tersebut muncul tujuan penelitian ini untuk mengetahui aplikasi youtube sebagai sebuah bisnis baru atau profesi baru untuk generasi milenial dan Y, karena saat ini perkembangan digital di Indonesia sangat pesat dengan begitu banyak peluang yang bisa dimanfaatkan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan. Atas dasar itu peneliti ingin mengenalkan salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan dari youtube yaitu dari iklan (Advertising), penonton (Audience), dan penonton setia (Subscriber),

dan juga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengubah pandangan pekerjaan youtuber dapat dikatakan layak, karena sumber penghasilan yang jelas dari mana asalnya.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tinjauan pustaka (literature review). Literature review adalah salah satu metodologi penelitian yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan dan menarik kesimpulan dari penelitian sebelumnya, penelitian literature review menjadi penting karena, hasil dari penelitian tersebut dapat memberikan informasi mengenai perkembangan penelitian dengan kata kunci tertentu dan dapat menjadi topik penelitian baru bagi peneliti selanjutnya (Snyder, 2019; Nurislamningsih et.al., 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometric. Analisis bibliometric adalah pendekatan untuk melihat perkembangan penelitian termasuk topik, penulis dan tahun terbit atas dasar struktur sosial, intelektual, dan konseptual disiplin ilmu (Donthu et.al., 2020; Nurfauzan dan Faizatunnisa, 2021).

Metode analisis bibliometric memiliki lima langkah yaitu, mencari kata kunci yang sesuai (Defining the appropriate search terms), hasil dari pencarian awal (Initial search results), pemilihan hasil pencarian (Refinement of the search results), statistik data awal (Initial data statistics), dan analisis data (Data analysis) (Fahimnia et.al., 2015).

### **Pencarian kata kunci yang sesuai**

Peneliti menggunakan kata kunci "Advertising Youtube", "Audience Youtube", dan "Subscriber Youtube". Alasan peneliti menggunakan kata kunci tersebut karena, ketiga kata kunci tersebut merupakan salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan bagi youtuber dan juga ketiga kata kunci tersebut saling berhubungan satu sama lain.

### **Hasil pencarian awal**

Peneliti menggunakan aplikasi Publish or Perish dengan database Scopus dan Google Scholar untuk mencari kata kunci "Advertising Youtube", "Audience Youtube", dan "Subscriber Youtube". Total artikel yang ditemukan dari ketiga kata kunci tersebut sebesar 3,516 dalam kurun waktu tahun 2019 – 2023.

**Pemilihan hasil pencarian**

3,516 artikel yang ditemukan pada pencarian awal memiliki beberapa artikel yang duplikat atau sama. Atas hal tersebut peneliti memutuskan untuk mengeliminasi artikel yang duplikat, mengeliminasi yang bukan jurnal dan mengeliminasi yang tidak berkaitan dengan kata kunci. Dari 3,516 artikel peneliti mengeliminasi yang tidak berkaitan dengan kata kunci sebesar 3,314, maka dari itu artikel yang sesuai dengan kata kunci sebesar 202. Peneliti mengeliminasi kembali artikel yang duplikat, artikel yang bukan jurnal, dan jurnal yang publish dibawah tahun 2019 dari 202 artikel menjadi 167.

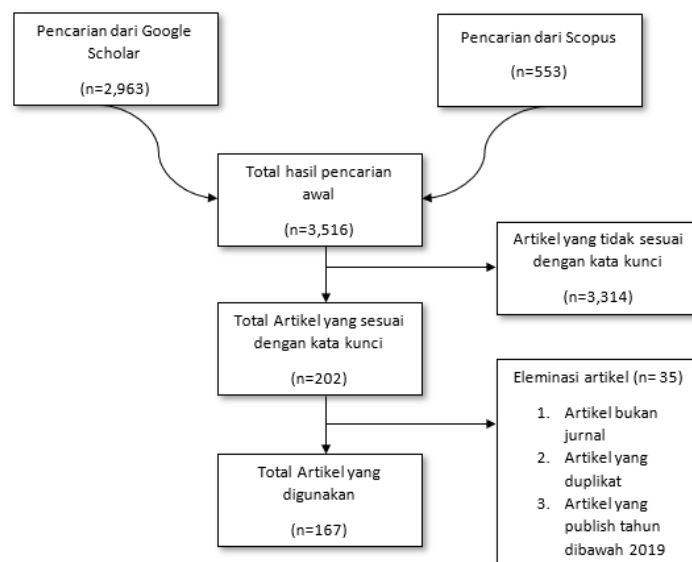
**Statistik data awal**

Setelah melakukan penyempitan artikel atau mengeliminasi artikel yang tidak sesuai, langkah selanjutnya yaitu diunduh dalam

bentuk format RIS agar dapat dibaca oleh aplikasi yang digunakan untuk analisis data.

**Analisis Data**

Peneliti menggunakan aplikasi VOSviewer untuk melakukan analisis data dari hasil unduhan dalam bentuk format RIS. Peneliti menggunakan aplikasi VOSviewer karena, di dalam aplikasi tersebut peneliti dapat melihat hubungan antara kata kunci yang dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya, dan di dalam aplikasi tersebut peneliti dapat melihat kata kunci yang banyak digunakan oleh peneliti lain, maka dari itu dengan menggunakan aplikasi tersebut dapat membantu peneliti selanjutnya untuk memilih kata kunci yang tidak ramai digunakan oleh peneliti lain. Analisis yang dilakukan menggunakan aplikasi VOSviewer yaitu, analisis network visualization, overlay visualization, dan density visualization



Gambar 1 Proses eliminasi artikel yang digunakan

**Pembahasan  
 Advertising Youtube**

Hasil pencarian artikel dengan kata kunci "Advertising Youtube" sebesar 985 artikel pada database Google Scholar, 79 artikel yang sesuai dengan ketentuan peneliti, ketentuan tersebut berupa artikel yang yang bukan termasuk jurnal, artikel yang duplikat, artikel yang publish dibawah tahun 2019, dan artikel yang tidak sesuai dengan kata kunci tersebut. Begitu juga hasil pencarian menggunakan database Scopus sebesar 200 artikel, 18 artikel

yang sesuai dengan ketentuan peneliti. Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa perkembangan artikel "Advertising Youtube" dari tahun 2019 – 2023 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, hal tersebut karena pada tahun 2020 dunia dilanda penyakit Covid-19 yang membuat para peneliti terbatas untuk melakukan penelitian. Begitu juga pada tahun 2022 perkembangan artikel dengan kata kunci "Advertising Youtube" mengalami penurunan, hal tersebut dapat terjadi karena, pada tahun sebelumnya banyak yang membahas mengenai

kata kunci "Advertising Youtube", atas dasar itu peneliti masih belum menemukan

perkembangan yang baru dari kata kunci tersebut.



Gambar 2 Perkembangan Publikasi "Advertising Youtube" tahun 2019 – 2023

### **Audience Youtube**

Hasil pencarian kata kunci "Audience Youtube" sebesar 986 artikel pada database Google Scholar, 52 artikel yang sesuai dengan ketentuan peneliti. Begitu juga hasil pencarian menggunakan database Scopus sebesar 200 artikel, 13 artikel yang sesuai dengan ketentuan peneliti. Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa perkembangan artikel dengan kata kunci "Audience Youtube" mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, hal tersebut terjadi karena, pada tahun 2019 banyak peneliti yang mulai melakukan penelitian

mengenai "Audience Youtube". Begitu juga pada tahun 2020 peneliti tetap melakukan penelitian walaupun dunia sedang dilanda penyakit Covid-19. Namun pada tahun 2021 perkembangan publikasi artikel dengan kata kunci "Audience Youtube" mengalami penurunan, hal tersebut dapat terjadi karena, pada tahun sebelumnya banyak yang membahas mengenai kata kunci "Audience Youtube", atas dasar itu peneliti masih belum menemukan perkembangan yang baru dari kata kunci tersebut.



Gambar 3 Perkembangan Publikasi "Audience Youtube" tahun 2019 – 2023

### **Subscriber Youtube**

Hasil pencarian kata kunci "Subscriber Youtube" sebesar 992 artikel pada database Google Scholar, 25 artikel yang sesuai dengan ketentuan peneliti. Begitu juga hasil pencarian menggunakan database Scopus sebesar 153 artikel, 14 artikel yang sesuai dengan ketentuan peneliti. Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa perkembangan publikasi artikel dengan kata kunci "Subscriber Youtube" mengalami penurunan setiap tahunnya, hal tersebut dapat terjadi karena pada tahun 2019 banyak peneliti

yang melakukan penelitian dengan kata kunci "Subscriber Youtube". Begitu juga pada tahun 2020 perkembangan publikasi artikel dengan kata kunci "Subscriber Youtube" mengalami penurunan, hal tersebut dapat terjadi karena, pada tahun sebelumnya banyak penelitian yang membahas mengenai kata kunci "Subscriber Youtube", atas dasar itu peneliti masih belum menemukan perkembangan yang baru dari kata kunci tersebut.

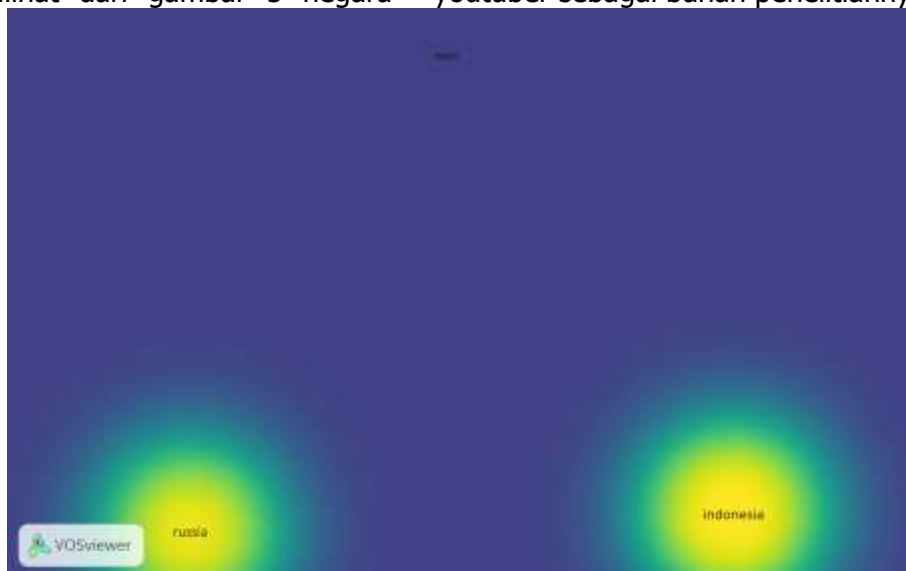


Gambar 4 Perkembangan Publikasi "Subscriber Youtube" tahun 2019 – 2023

### Analisis VOSviewer

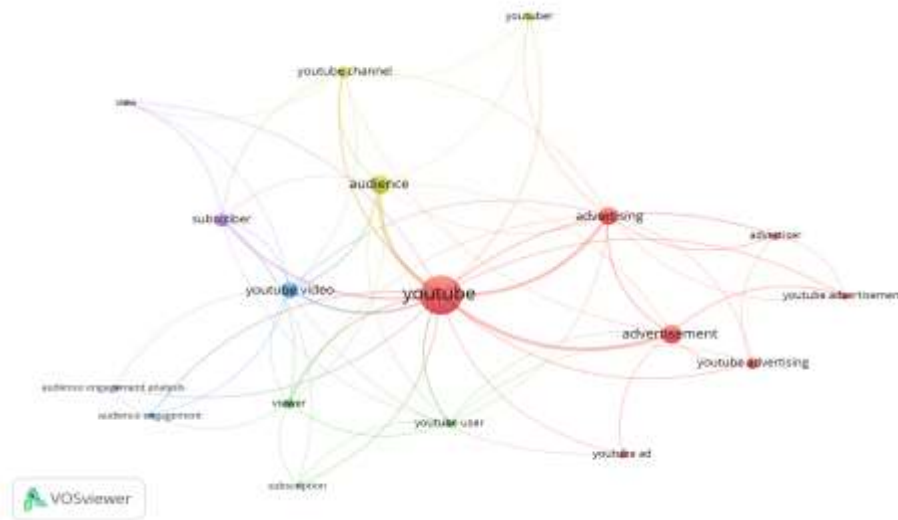
Pada gambar 5 dapat dilihat bahwa, negara mana saja yang sering melakukan publikasi artikel dengan topik pendapatan youtuber, jika dilihat dari gambar 5 negara

yang sering melakukan publikasi yaitu negara: Indonesia, Russia dan Egypt. Negara Indonesia merupakan negara yang sering melakukan publikasi artikel dengan topik pendapatan youtuber sebagai bahan penelitiannya.



Gambar 5 Negara Yang Sering Melakukan Publikasi

## Analisis VOSviewer network visualization



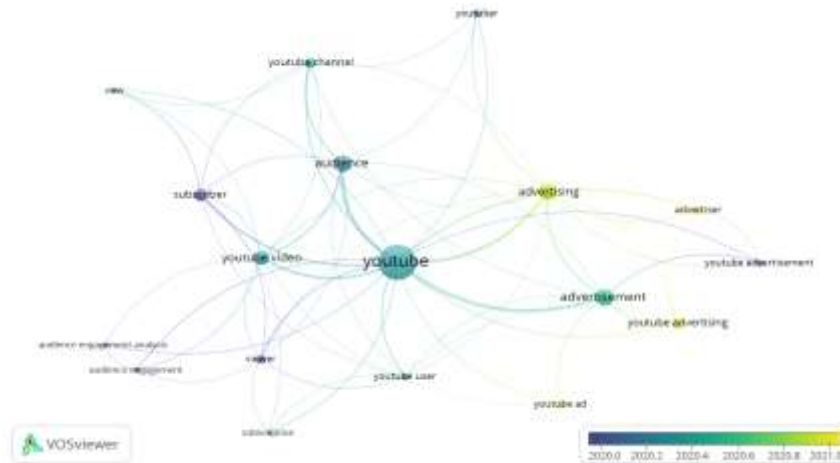
Gambar 6 Visualisasi Network pada Co-occurrence

Pada gambar 6 dapat dilihat bahwa, network visualization pada co-occurrence yang menjelaskan hubungan antara satu kata kunci dengan kata kunci yang lain pada penelitian dengan topik pendapatan youtuber dalam kurun waktu 2019 – 2023. Dari total 167 artikel yang dicari menggunakan database Google Scholar dan Scopus dapat dikelompokkan ke dalam 5 klaster (cluster) yang diidentifikasi melalui warna masing – masing klaster.

- Klaster 1 berwarna merah yang menunjukkan hubungan antara youtube dengan iklan youtube (advertising youtube). Klaster 1 merupakan klaster terbesar karena, advertising youtube memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan youtuber. Klaster 1 mencakup, Advertisement, Advertiser, Advertising, YouTube, YouTube Ad, YouTube Advertisement, dan YouTube Advertisement
- Klaster 2 berwarna hijau yang menunjukkan hubungan antara youtube dengan pengguna youtube, pengguna youtube disini mencakup subscriber (orang yang melakukan subscribe ke suatu channel youtube) dan viewer (orang yang menonton video yang diunggah di youtube). Klaster 2 mencakup, Subscription, Viewer, dan YouTube User.

- Klaster 3 berwarna biru yang menunjukkan hubungan antara youtube dengan pengaruh penonton (audience engagement). Audience engagement sangat mempengaruhi pendapatan youtuber, karena setiap penonton mengklik video youtuber tertentu, maka semakin banyak penonton yang menyaksikan video youtuber tersebut. Klaster 3 mencakup, Audience Engagement, Audience Engagement Analysis, dan YouTube Video.
- Klaster 4 berwarna emas yang menunjukkan hubungan antara youtube dengan channel youtube. Hubungan youtube dengan channel youtube sangat penting karena, youtube yang memberikan atau membuat channel youtube tersebut memiliki penghasilan yang didapatkan dari mengunggah video sesuai dengan ketentuan youtube. Klaster 4 mencakup, Audience, Youtube Channel, dan Youtuber.
- Klaster 5 berwarna ungu yang menunjukkan hubungan antara youtube dengan jumlah subscriber dan view. Hal tersebut menjadi penting karena, para pengiklan ingin menaruh iklannya kepada youtuber yang memiliki jumlah subscriber dan view setiap videonya sesuai dengan ketentuannya masing – masing. Klaster 5 mencakup, Subscriber dan View.

### Analisis VOSviewer overlay visualization

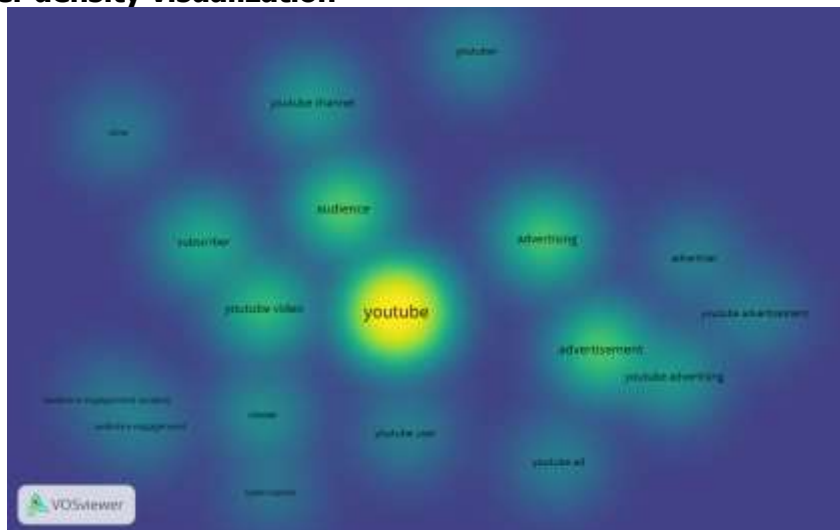


Gambar 7 Visualisasi Overlay pada Co-occurrence

Pada gambar 7 dapat dilihat bahwa Overlay visualization pada co-occurrence yang menjelaskan bahwa perkembangan penelitian yang banyak dilakukan dalam kurun waktu 2019 – 2023. Klaster 1 penelitian banyak dilakukan pada tahun 2021, klaster 2 penelitian

banyak dilakukan pada pertengahan tahun 2020, klaster 3 penelitian banyak dilakukan pada awal tahun 2020, klaster 4 penelitian banyak dilakukan pada pertengahan tahun 2020, dan klaster 5 penelitian banyak dilakukan pada awal tahun 2020.

### Analisis VOSviewer density visualization



Gambar 8 Visualisasi Density pada Co-occurrence

Pada gambar 7 dapat dilihat bahwa Density Visualization pada Co-occurrence yang 8menjelaskan mengenai wilayah – wilayah yang padat menunjukkan kata kunci atau topik yang banyak digunakan sebagai bahan penelitian. Wilayah tersebut yaitu Youtube, Advertising, Audience, Subscriber, dan Youtube Video. Lima kata kunci atau topik tersebut merupakan wilayah yang padat dibandingkan dengan wilayah yang tidak terlalu padat. Hal

tersebut dapat dikatakan bahwa Youtube, Advertising, Audience, Subscriber, dan Youtube Video banyak digunakan sebagai bahan penelitian dalam kurun waktu 2019 – 2023.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan menggunakan aplikasi VOSviewer diatas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan publikasi ilmiah global mengenai beberapa cara untuk



mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube yang dimulai pada tahun 2019 sampai dengan 2023 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, karena pada tahun 2019 banyak yang membahas beberapa cara untuk mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube, dengan begitu karena di tahun selanjutnya masih belum ada pembaharuan mengenai cara untuk mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube, maka dari itu tidak ada penelitian yang dapat dilakukan lebih lanjut untuk dijadikan sebagai bahan penelitian yang menyebabkan penurunan penelitian untuk tahun selanjutnya.

Indonesia merupakan negara yang paling berkontribusi dalam publikasi ilmiah global mengenai beberapa cara untuk mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam database yang digunakan, harapannya untuk peneliti selanjutnya menggunakan database seperti Web of Science (WOS) agar perkembangan penelitian mengenai beberapa cara untuk mendapatkan penghasilan melalui media sosial youtube lebih akurat dan tepat, dan juga untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan kata kunci yang unik dan menarik.

### Daftar Pustaka

- Abed, S. S., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2017). Social commerce adoption research from the consumer context: A literature review. In *International Journal of Business Information Systems* (Vol. 25, Issue 4). <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2017.085175>
- Ahmad, N., Saifudin, N., Salleh, N. M., Wiwattan, D., & Ngadiman, T. (2022). Pengaruh Kekerapan Menonton Youtube dan Sikap Terhadap Minat Untuk Menjadi Youtuber The Influence of Youtube Watching Frequency and Attitude towards Interest to Become a Youtuber. *Online Journal for Tvet Practitioners*, 7(1), 95–101. <http://publisher.uthm.edu.my/ojs/index.php/ojtp>
- Budiyanto, A., Pamungkas, I. B., & Praditya, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen: Analisis Bibliometrik. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 133–142. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Chang, S. C., Wang, C. C., & Kuo, C. Y. (2020). Social media influencer research: An bibliometric analysis. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 11(2), 75–86. <https://doi.org/10.7903/IJECS.1975>
- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 109(October 2019), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>
- Fadillah, D., Zheng Lin, L., & Hao, D. (2019). Social Media and General Elections in Malaysia 2018 and Indonesia 2019. In *Jurnal Komunikasi ISKI* (Vol. 04, Issue 01).
- Fahimnia, B., Sarkis, J., & Davarzani, H. (2015). Green supply chain management: A review and bibliometric analysis. In *International Journal of Production Economics* (Vol. 162). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.01.003>
- Fuadi, F. (2022). *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi Perkembangan Tren Publikasi Ilmiah tentang Media Sosial dan Pemilu: Sebuah Studi Bibliometrik*. <https://e-journal.unair.ac.id/Medkom>
- Ginting, P. S. B. (2022). *Sejarah Youtube Dan Mengenal Pendiri Youtube, Platform Berbagi Video Terbesar Di Dunia*. [https://tis1.itbi.ac.id/sejarah-youtube-dan-mengenal-pendiri-youtube-platform-berbagi-video-terbesar-di-dunia/#:~:text=Youtube pertama kali didaftarkan secara,Karim yang memprakarsai berdirinya Youtube](https://tis1.itbi.ac.id/sejarah-youtube-dan-mengenal-pendiri-youtube-platform-berbagi-video-terbesar-di-dunia/#:~:text=Youtube%20pertama%20kali%20didaftarkan%20secara,Karim%20yang%20memprakarsai%20berdirinya%20Youtube)
- Grid. (2023). *Raffi Ahmad Bongkar Asal-usul Kekayaannya, Tak Terima Dituduh Sekongkol dalam Kasus Pencucian Uang Rafael Alun Trisambodo*. <https://www.grid.id/read/043751306/raffi-ahmad-bongkar-asal-usul-kekayaannya-tak-terima-dituduh-sekongkol-dalam-kasus-pencucian-uang-rafael-alun-trisambodo?page=all>

- Han, B. (2020). How do YouTubers make money? A lesson learned from the most subscribed YouTuber channels. *International Journal of Business Information Systems*, 33(1), 132–143. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2020.104807>
- Harian Metro. (2020). *YouTube jadi pilihan jana wang*. <https://www.hmetro.com.my/itmetro/2020/07/595805/youtube-jadi-pilihan-jana-wang>
- Nurfauzan, M. iqbal, & Faizatunnisa, H. (2021). Analisis Bibliometrik Trend Penelitian Covid-19 di Indonesia Pada Bidang Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(2), 90–100. <https://doi.org/10.14710/jbs.30.2.90-100>
- Nurislamingsih, R., Rachmawati, T. S., & Winoto, Y. (2020). Pustakawan Referensi Sebagai Knowledge Worker. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(2), 169–182. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.169-182>
- Nurlinda, R. A., & Utami, P. (2019). Analisis Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap. *Jurnal Ekonomi*. [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UE-U-Journal-14444-11\\_0096.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UE-U-Journal-14444-11_0096.pdf)
- Othman, N., Mohd Suki, N., & Mohd Suki, N. (2021). Evolution Trends of Facebook Marketing in Digital Economics Growth: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 15(20), 68–82. <https://doi.org/10.3991/ijim.v15i20.23741>
- Putri, A. K. (2022). Analisis Bibliometrik: Pengaruh Berita Di Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Pada Lingkungan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Common* /, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Resqi, M. (2022). Marketing Communications: A Bibliometric Study In The Use Of Technology And Social Media For Marketing Komunikasi Pemasaran: Studi Bibliometrik Dalam Penggunaan Teknologi Dan Media Sosial Untuk Pemasaran. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 6). [http://journal.yrpiaku.com/index.php/ms\\_ej](http://journal.yrpiaku.com/index.php/ms_ej)
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(July), 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Suleman, D., Sabil, & Suharyadi, D. (2021). *Mengenal Perilaku Konsumen dan Konsep Strategi Pemasaran (Berbasis Teori dan Pendekatan Praktis)*. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Supportgoogle. (2023). *Ringkasan & persyaratan kelayakan Program Partner YouTube*. <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=id>
- Widjanarko, A. R. W., & Yuhertiana, I. (2022). Analisis Pemanfaatan E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19 pada UMKM Db Wood Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1556. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v22i3.2574>