

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Kertamukti, Rama. (2019). *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: RajaGrafindo Persada.

Luik, Jandy. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.

Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia.

Nasrullah, Rulli. (2021). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal

Daniel Hermawan. (2018). *Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial*. Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

Errika Dwi Setya Watie. (2012). *Periklanan Dalam Media Baru*. THE MESSENGER, Volume IV, Nomor 1, Edisi Januari.

Fathudin dan Muhammad Mukromin. (2021). *Advertising Business Pada Google AdSense di Youtube Perspektif Ekonomi Syariah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. 7(03), 1722-1729.

Yusti Amelia Sundawa dan Wulan Trigartanti. (2018). *Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era*. Prosiding Hubungan Masyarakat. Vol, 4 No, 2.

Website

<https://www.kompasiana.com/hanasetian/62270afce2d60e2b947de8a2/perkembangan-media-dulu-sekarang-serta-konsekuensi-bagi-jurnalis> pada tanggal 08 maret 2022, pada pukul 11.15.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/ragam-alasan-orang-menggunakan-media-sosial> pada tanggal 08 maret 2022, pada pukul 15.05.

<https://www.idntimes.com/life/career/nur-mar-a-siregar/alasan-profesi-content-creator-semakin-diminati-c1c2/4> pada tanggal 09 maret 2022, pada pukul 10.39.

<https://www.bernas.id/80785-informasi-youtube-lengkap-dari-sejarah-sampai-cara-download>, pada tanggal 01 februari 2022, pada pukul 07.39.

https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/#Pengertian_Youtube, pada tanggal 01 februari 2022, pada pukul 08.03.

LAMPIRAN

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rakha Arkananta
Nomor Pokok Mahasiswa : 173112351650049
Program studi/konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Proposal Skripsi : Strategi Kreatif Kreator Konten Channel YouTube KutuFilm
Dosen Pembimbing : Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	25-10-2021	Membahas judul baru penelitian	
2	14-03-2022	Arahan Bab 1-3 penelitian	
3	14-04-2022	Revisi bab 1-3 penelitian	
4	12-07-2022	Pembahasan Bab 4	
5	20-07-2022	Revisi Bab 4	
6	28-07-2022	Revisi gambar dan Tabel bab 4	
7	28-07-2022	Pembahasan Bab 5	
8	09-08-2022	Membahas Hasil Skripsi	

Jakarta,.....2022

Ketua Program Studi,

.....

LAMPIRAN

SURAT KESEDIAAN BIMBINGAN DOSEN

	UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TERAKREDITASI BAN-PT Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520 Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719 Homepage : http://www.unas.ac.id Email : info@unas.ac.id
Jakarta, 13 Mei 2022	
Nomor	: 376/WD/V/2022
Lamp	: 1 (satu) Berkas
Hal	: Kesediaan Pembimbing Skripsi
Kepada Yth	: Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional Di Jakarta
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :	
Nama	: Rakha Arkananta
NPM	: 173112351650049
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi	: <i>Strategi Kreatif Kreator Konten Channel Kata Film</i>
Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.	
Demikian, terima kasih.	
Bersedia/Tidak Bersedia* Sebagai Pembimbing,	
 Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds *coret yang tidak perlu	 Dekan,  Bhakti Nur Avianto, M. Si.
Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi	

LAMPIRAN

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 10 Juni 2022

Nomer : 521/WD/VI/2022
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi data**

Kepada Yth :
Bapak Muhammad Nasrullah
Pimpinan Channel Youtube KutuFilm
Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rakha Arkananta
Nomor Pokok : 173112351650049
Semester : 8 (Delapan) / Genap
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Perum Bilabong Permai Blok C Garuda 5 No.20 Bojong Gede Bogor
Nomor Hp. : 0877.7560.6206

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dan informasi data dalam rangka penyusunan proposal skripsi dengan judul *Strategi Kreatif Kreator Konten Channel Youtube KutuFilm* dengan dosen pembimbing penanggung jawab penelitian Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dekan,

Shakti Nur Avianto, M.Si

LAMPIRAN

SURAT TUGAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds
NIP/NIDN : 010511032
Pangkat Akademik : -
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Rakha Arkananta
NPM : 173112351650049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Kreatif Kreator Konten Channel Kata Film*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,



Wani
Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

LAMPIRAN
TRANSKIP WAWANCARA

Nama: Muhammad Nasrullah

Umur: 24

Sebagai: Pemilik channel YouTube KutuFilm/ (key informan)

1. Kenapa ada pemikiran untuk menjadi seorang content creator youtube?

Sebenarnya bermodal iseng dan kayaknya hampir semua youtuber juga begitu. Tadinya buat nyalurin hobi. Sebelumnya banyak konten yang sudah dibuat sebelum konten kaiju godzilla seperti tutorial fotografi, vlog juga pernah tahun 2016 tapi sudah saya hapus karena kemakan zaman (orang-orang jarang yang tertarik). Bagi saya channel rame itu bonus dari penyaluran hobi saya dalam menyukai film godzilla dan channel kutufilm baru rame 2019. Kalau sekarang sudah menjadi pekerjaan membuat konten tuh, kalau dulu masih hobi. Karena saya sudah menguasai tema kaiju godzilla, jadinya sekarang saya jadikan pekerjaan.

2. Alasan penamaan kutufilm?

Karena awalnya isi konten bukan hanya sekedar film godzilla, tapi film secara general, banyak film yang dibahas. Awalnya kepikiran dari orang yang suka baca buku disebut kutubuku, kemudian saya bikin istilah sendiri orang yang suka film itu disebut kutufilm.

3. Isi konten kutufilm sehingga bisa menarik minat penonton? Daya tariknya seperti apa?

Tadi sudah disingung awalnya konten saya berisi film secara general, tapi ada momen ketika saya upload soal film godzilla banyak yang suka. Jadi sampai sekarang saya upload konten tentang godzilla gitu. Saya pikir juga yang subscribe channel kutufilm saat ini rata rata penyuka film godzilla. Untuk daya tarik kemungkinan dari informasi yang saya berikan padat dan lengkap tidak seperti channel lain

4. Proses pembuatan konten kutufilm dari tahap awal sampai akhir?

Pastinya tahap awal itu saya searching berita apa yang sedang rame tentang film baru maupun film godzilla, kemudian setelah saya lihat-lihat beritanya saya

langsung bikin scriptnya, kemudian rekaman dengan alat seadanya yang murah tapi kualitas lumayan, kemudian diedit di komputer dan diupload dan dibuat deskripsi. Dan juga dalam penulisan script saya menggunakan kata atau kalimat baku walaupun terkadang juga menggunakan kalimat yang gaul kalau kontennya memang berunsur komedi. Kalau youtuber lain kadang pembahasannya panjang tapi juter muter, klo saya kurang suka yang pertele-tele, makanya konten saya rata-rata kurang dari 15 menit. Isi konten saya juga beberapa kali menyisipkan komedi meskipun kontennya bukan komedi, hal tersebut kadang terbesit saat proses pengeditan. Tidak pernah terbesit ingin menyisipkan unsur komedi pada konten biasa saat penulisan. Komedi yang disisipkan biasanya seperti meme yang ada di internet.

5. Apa ada jadwal tertentu sehingga konten banyak ditonton?

Dulu pas awal awal saya upload antara jam 1 siang sampai 4 sore. Kalau harinya bebas kapan saja videonya selesai pasti dihari itu diupload. Tapi saya terkadang sudah mempersiapkan konten di hari minggu pagi karena banyak dari penonton saya libur. Jadi banyak waktu untuk upload dari jam 8 pagi sampai 4 sore. Dalam seminggu itu saya bisa menghasilkan 5 konten jika ada waktu luang, sementara jika saya sibuk dengan urusan lain bisa maksimal cuman 3 konten.

6. Siapa target dari konten kutufilm?

Kebanyakan yang nonton itu lebih ke anak kecil ya, dari anak sd sampai smp, sma mungkin ada juga. Karena anak umur segitu cenderung suka film tentang hal itu, hal fiksi monster monster. Sebenarnya target seperti itu diluar kendali saya, tapi ketika mengetahui bahwa penonton kutufilm rata rata anak sd smpe sma, saya mengarahkan style konten saya ke arah mereka bukan ke orang dewasa. Sehingga saya menyesuaikan kata kata di konten dengan anak umur sd smpe sma sehingga dapat dipahami mereka.

7. Apakah harus youtube tempat untuk membuat konten?

Karena saya sudah lama menjelajahi youtube sejak sma, dan selalu menonton youtube, jadi saya lebih paham youtube daripada platform lain.

8. Keuntungan menjadi konten kreator?

Yang pertama pasti karena ada uangnya, karena hal ini sudah saya jadikan pekerjaan. Kemudian saya juga mengembangkan komunitas kutufilm ini diindonesia dengan megumpulkan orang orang dengan kegemaraan yang sama (hal tentang godzilla). Mungkin saya sudah menjadi pusat kumpul mereka.

9. kelebihan media sosial youtube?

Dari dulu sampai sekarang, youtube masih menjadi platform sharing video terbesar didunia dan berapapun durasi video yang kita upload di youtube, youtube memperbolehkan. Berbeda dengan platform media sosial lainnya yang durasi videonya dibatasi sehingga video konten yang kita buat kurang lengkap. Kalau youtube kan bisa lengkap.

10. Mengatasi hak cipta di youtube bagaimana?

Aturan youtube tidak memperbolehkan reupload sebuah karya video orang lain secara menyeluruh. Youtube membuat aturan fair use (penggunaan wajar), jadi sebenarnya kita boleh menggunakan karya orang lain namun hanya sebagian kecilnya saja. Sehingga saya harus menambahkan konten dengan audio saya, potongan gambar atau video lain saya sehingga tidak kena pelanggaran youtube. Karena jika menayangkan konten dengan hak cipta secara menyeluruh, pasti terdeteksi oleh youtube dan kena pelanggaran hak cipta.

11. Upaya kutufilm meningkatkan kualitas atau menjaga kualitas konten sehingga penonton tetap setia?

Setiap konten kreator pasti mempertahankan konten yang sudah ada, jadi konsep atau pembahasannya tetap satu gitu. Ya pengembangan ciri khas aja sih. Mungkin kutufilm dikenal karena bahasanya yang baku. Dan mereka berpikir informasi yang saya berikan padat.

12. Proses mendapat penghasilan di youtube?

Untuk awalnya, jika baru awal ngeyoutube ga bisa langsung dapat penghasilan, karena syarat dari youtube kita harus punya 1000 subscriber dan 4000 jam tayang atau 250 ribu penonton. Setelah itu youtube akan mengirimkan email bahwa channel yang telah kita buat bisa dipasangkan iklan oleh pihak youtube kemudian nantinya youtube akan mengirimkan nomor pin yang harus dimasukkan ke google adsense, kita juga harus memasukkan nomor KTP, rekening, dan jika uang yang terkumpul telah mencapai 1000 dolar, baru uang dari iklan tersebut akan dikirim ke rekening setiap bulannya. Saya juga mendapat endorse dari luar yang tidak berkaitan dengan youtube atau iklan youtube. Endorse ini merupakan iklan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk kreator. Kita mempromosikan iklan dari perusahaan tersebut. Di kutufilm sendiri spesialisasi dalam mengiklankan aplikasi seperti aplikasi wallpaper, pembersih sampah, dan aplikasi game tentunya yang utama.

13. Video pertama tentang avenger di kutufilm kenapa viewnya lebih sedikit dibanding godzilla?

Jadi konten avenger itu pas awal saya membuat video tentang film secara general. Jadi di channel saya peminatnya sedikit ketika berkaitan dengan avenger. Dan peminat tentang godzilla lebih banyak. Monster-monster dari film godzilla.

14. Video tertinggi di kutufilm kenapa bisa melebihi video lain?

Saya sudah mengamati video tersebut sebelumnya, jadi saya sendiri menyimpulkan klo konten godzilla saya tersebut mengandung unsur mistis dan religi karena godzilla berada di neraka. Belum ada film yang membuat hal itu karena baru dikomik saja sehingga orang banyak yang belum tau dan akhirnya banyak yang tertarik dengan cerita itu.

15. Kendala dalam membuat konten?

Kendalanya adalah jika tidak ada informasi atau berita yang trending atau baru tentang godzilla, maka saya akan mengulang konten yang sudah ada yang cenderung membuat penonton bosan. Sehingga terkadang saya tidak upload untuk menunggu informasi terbaru godzilla.

16. Bagaimana traffic dan engagment kutufilm?

Yang pertama itu kualitas konten dan audio dan visual itu jelas. Sehingga penonton ketika diberikan konten yang pemaparannya jelas, visual dan audio jelas, mereka akan kembali menonton. Setelah itu saya menggunakan SEO saat awal negyoutube. Tapi jika sudah mendapat penonton atau subscriber banyak sudah tidak terlalu berpengaruh. Karena SEO ini digunakan untuk memperbagus judul dan kata kunci sehingga youtube akan merekomendasikan konten youtuber baru kepada penonton.

17. Promosi yang dilakukan oleh kutufilm?

Untuk sekarang saya kurang melakukan promosi paling hanya mengirim link ke komunitas di facebook. Tapi pas awal awal membuat channel kita banyak banyak mengshare ke sosial media lainnya. Kemudian bisa menggunakan SEO yang saya jelaskan tadi seperti memberi hashtag, judul click bait kayak judul konten hampir melenceng dari kontennya. Walaupun click bait ini bisa untuk menceritakan cerita singkat yang membuat penonton penasaran. Seperti headline berita.

18. Interaksi kutufilm dengan subscriber?

Kalau interaksi saya terkadang membalas komentar, memberi like pada komentar mereka sehingga mereka akan terus memberikan komentar pada video atau konten saya berikutnya sehingga akan menaikkan engagment.

19. Feedback dari kutufilm dari subscriber?

Kalau feedback ya hanya mereka subscribe youtube kita yang pasti, kemudian like share video kita dan juga berkomentar tentang konten saya. Kemudian saya lihat sendiri untuk channel kutufilm ini jarang ada hate comment gitu karena saya juga tidak menggunakan kata-kata yang mengumbar kebencian kepada pihak lain.

Pernyataan tambahan:

1. Konten kreator itu seseorang yang membuat karya-karya. Konten kreator ga selalu youtuber. Orang-orang yang ngebut film, iklan tv itu bisa disebut konten kreator. Orang-orang yang membuat karya yang bisa dinikmati banyak orang. Untuk keahlian pastinya yang berkaitan dengan pembuatan video dan bisa mengentertain atau menghibur banyak orang.

2. Konten kreatif itu kalau diyoutube pastinya konten-konten yang berbeda dari channel lainnya. Kalau nanti ada konten-konten baru yang belum ada itu bisa dibilang konten kreatif sih. Yang penting saat membuat konten itu ada effort, bener2 membuat karya, ga asal yang penting jadi. Konten yang kreatif bisa juga walaupun niru orang lain, tapi harus ada pembeda dari yang lain, ada nilai lebih yang membuat penonton itu tertarik. Konten saya juga sebenarnya dilbilang hampir kreatif, karena konten yang menjelaskan film atau informasi udh ada sebelumnya, tapi kalau kutufilm ngambil fokus filmnya ke kaiju atau godzilla saja.

3. Kalau dulu memang sering promosiin ke ig, wa, facebook, kalau sekarang masih belum mau lanjut promosiin lagi, biasa-biasa aja, jalanin sesuka hati. Saya pernah dulu promosiin ke tiktok, ig, tapi kurang nambah pengikut, kurang berpengaruh. Malah kalau sering upload konten diyoutube yang lebih banyak narik pengikut.

4. Strateginya sekarang mencampurkan unsur game kedalam konten saya. Karena sekarang game kan banyak juga yang suka. Ya intinya mencari yang bisa digabungin tapi masih sinkron. Trus untuk promosiinya ya dulu dari temen ngasih tau alau punya channel, trus dari grup facebook. Tapi diyoutube ada kita bisa pasang atau promosiin konten kita yang diakhir konten. Jadi pas udh selesai nonton, penonton bisa lanjut nonton konten kita yang di promosiin itu. dan youtube juga sering rekomendasiin video saya di beranda youtube pengguna youtube gitu.

Nama: Anggoro Santoso

Sebagai: Ahli/pengamat konten media sosial (informan 1)

1. Kreator konten itu siapa?

Kreator konten adalah seseorang yang memiliki keahlian membuat konten. Semua orang bisa menjadi kreator konten dengan latar belakang apapun asal kontennya bisa sejalan dengan kebutuhan orang-orang yang menonton konten dia. Follower ataupun subscribarnya dapat menikmati konten dari kreator tersebut. Kreator ini harus memiliki prinsip-prinsip yang harus diikuti seperti harus membuat konten sesering mungkin, mengatur jadwal konten, membuat tema konten, konsep konten. Biasanya prinsip-prinsip ini berbeda setiap kreator karena tergantung dari siapa penonton, follower, ataupun subscribarnya.

Kreator ini bisa membuat konten yang receh ataupun simple selama rutin membuatnya setiap hari sehingga tujuannya untuk menjadi kreator bisa tercapai seperti mendapat follower, endorse, mendapat nama di media sosial. Setiap kreator konten pasti memiliki ciri khas tersendiri dari kontennya meskipun ada beberapa yang hampir mirip, namun pasti ada pembeda dari setiap konten yang dibuat oleh kreatornya seperti bahasa, warna, musik, transisi dan banyak lagi. Kreator konten pasti punya tujuan, target, jadwal, pembeda dari kreator lain.

2. Apa keahlian yang harus dimiliki kreator konten?

Kreator konten harus mengetahui mengenai dunia teknologi, khususnya media sosial dan digital marketing. Jika kreator konten tersebut bekerja sendiri, dia harus mempunyai kemampuan membuat script, mengedit, desain, promosi dan lainnya yang diperlukan untuk membuat konten. Sementara jika kreator tersebut memiliki tim tersendiri, bisa memberi bagian atau tugas masing masing divisi.

3. Konten yang kreatif seperti apa?

Menurut saya berdasarkan pengalaman juga, konten kreatif itu dia tahu siapa penontonnya itu baru kreatif. Harus tahu dulu kira-kira konten ini untuk siapa. Misalnya mau bikin buat khusus orang-orang yang profesional atau mau untuk ini untuk orang-orang yang memang ngerti tentang masak-masak. Bagaimana mengetahuinya tentunya nanti bisa lihat tuh di konten di komentar atau, lihat follower siapa aja kebanyakan. Misalnya perempuan atau laki atau banyak umurnya yang diatas 30. Nanti baru buat konten yang untuk kebutuhan itu.

Ketika buat konten yang kreatif yang berbeda dengan orang lain bentuknya kita nggak bisa terlalu ekstrem ya tentunya kalau yang pemula kita ngikutin aja yang mirip dulu apa yang ada. Sekarang itu kan semua konten hampir sama, konten-

konten Lawak, konten-konten tutorial make up food vlogger dan hampir mirip-mirip yang lain, kemudian bagaimana nanti kreator bisa membuat konten berbeda, misalnya berbeda di kostum-kostum, dari lagu atau dari suara atau dari mungkin dari berkomunikasinya dan lain-lain. Jadi kreatif itu bagaimana dia membuat pembeda dari yang lain supaya orang ingat sama kontennya dia itu baru kreatif, meskipun mirip tapi kita tuh bisa membedakan. Karena kalau konten sama banget, konten baru ini bisa kalah dari konten yang sudah terkenal duluan.

4. Kenapa konten harus kreatif?

Pembuat konten ini memang harus punya tim kreatif. Kalau serius jadi konten kreator harus ada punya tim. Susah bisa kerja sendiri. Bisa aja kerja sendiri tapi mungkin harus perlu orang yang editing karena dia nggak bisa ngerjain semuanya sendiri. Kalau sendiri nanti waktunya habis, belum nyari konsep belum nyari yang lain, akhirnya nanti keteteran, harus kejar jadwal tayang karena sebagai content reator minimal punya kalender konten itu 1 bulan harus dibikin di awal. Jadi content kreator udah disiapin sebanyak 10 atau 20 konten. Nanti konten yang sudah dibuat tinggal diposting sambil membuat konten untuk bulan berikutnya. Nanti bertahap memang supaya bisa terkenal, yang penting harus suka dulu membuat konten. Konten yang sudah dibuat nanti dievaluasi lagi. Konten di media sosial kan banyak, kalau konten yang biasa-biasa saja nanti tidak dilihat, maka harus beradu kreatif dengan survei, observasi mana konten yang menarik. Kreatif itu subjektif, bisa menurut orang kreatif bisa nga. Jadi patokannya views dulu, kalau viewsnya naik berarti kontennya udh kreatif.

5. Strategi komunikasi yang dapat dilakukan kreator untuk mengembangkan channelnya? Kenapa strategi tersebut diperlukan dalam mengembangkan channel?

Untuk strateginya menggunakan strategi komunikasi pemasaran, menggunakan prinsip-prinsip pemasaran. Karena sebagai kreator konten kita harus dilihat banyak orang. Makannya digunakan juga strategi komunikasi massa. Menggunakan konsep IMC. Menyebarkan kontennya bisa lewat wa, iklan di media sosial, brosur, kartu nama, dan banyak lain. Bisa menggunakan seluruh channel strategi tradisional maupun digital. Apalagi strategi digitalnya karena kita akan berhadapan dengan orang-orang yang melek teknologi. Namun konsep ini ga berlaku kalau bikin konten hanya sekedar iseng saja. Kontennya harus yang memang untuk di monetasi, menambah penghasilan. mangkanya pasti kreator konten akan menyuruh untuk like ya, follow ya, subscribe ya, karena orientasinya untuk marketing.

6. Manfaat media sosial saat ini untuk apa?

Media sosial sekarang sudah berkembang, tujuan awal media sosial itu untuk berkomunikasi, bersosialisasi namun berjalannya waktu media sosial ini bisa mengumpulkan banyak orang dalam satu waktu, akhirnya karena hal ini dilihat dari sisi marketing sangat luar biasa. Mangkannya sangat sayang kalau media sosial hanya bertujuan untuk berkomunikasi atau bersosialisasi. Minimal media sosial digunakan untuk personal branding supaya orang tau siapa orang ini.

7. Media sosial yang paling tepat untuk membuat konten apa saja? Kenapa media tersebut dipilih untuk membuat konten?

Untuk media sosial yang tepat untuk konten tergantung ya, tapi kalau sekarang tiktok karena tiktok gampang dapat views. Tapi tergantung kreator dan strateginya dulu mau diterapkan atau paling bagus di sosial media mana.

8. Strategi pemasaran digital di media sosial seperti apa?

Kalau untuk strategi pemasaran yang dilakukan perorang bisa random. Bisa dari temen-temen dulu, nanti temen-temen nyebarin konten ke orang lain. Tapi kalau konteksnya strategi pemasaran yang sedang atau besar. Cara yang dilakukan pertama bisa optimasi konten, bagaimana konten tidak stak, harus ada evaluasinya. Misalnya konten satu dengan konten dua berbeda view, nanti dianalisa kenapa bisa beda, contohnya ternyata cara komunikasinya berbeda, kontennya terlalu beda. Strategi itu nanti ada konsepnya, ada evaluasinya. Bisa menggunakan STP untuk strategi marketingnya. Bisa menggunakan dari mouth to mouth, atau bisa kasi give away dari media sosial lain. Pemasarannya juga bisa menggunakan media sosial lain seperti fb, tiktok, ig, nanti follower itu diarahkan untuk ke platform utama. Strategi pemasarannya dimulai dari media sosial yang memiliki traffic banyak dahulu.

9. Bagaimana menaikkan traffic, engagement, dan conversion sebuah konten di media sosial?

Ada cara organik dan bayar. Yang organik itu tidak beriklan, dan menggunakan cara penyebaran konten lewat orang-orang terdekat, follower yang setia. Kalau mau naik traffic bisa juga dengan membayar atau iklan tapi kalau organik kita harus sosialisaiin dulu followernya, bisa dengan cara buat konten yang rajin, promosiin sendiri, minta promosiin lewat follower. Untuk pemula, pendekatan melalui awarness, penonton harus tau dulu konten kita apa, baru nanti pendekatan engagement yang mengarah ke hardsell. Baru terakhir yang conversion.

10. Promosi yang dapat dilakukan oleh kreator konten seperti apa?

Untuk promosi tergantung kita mau ningkatin apa, traffic, engagment, atau conversion. Kalau traffic baru pengenalan doang. Tiap pendekatan berbeda kontennya. Hashtag juga berpengaruh, itu SEO. Itu kan bahasa koding, nanti pencarian kata-kata itu dikelompokan kata-kata tertentu. Biasanya kalau pemula makai hashtag untuk meningkatkan views. Hashtag yang bagus itu tergantung konten dan juga hashtag yang populer. Penggunaan hashtag juga ga sembarangan. Hashtag juga berfungsi agar jangkauan konten kita jauh. Marketingnya dulu bagusin, baru kontennya. Karenan nanti kan ada evaluasi konten yang cocok buat kita apa. Dan juga kalau mau naik viewsnya, kita harus ikutin tren terbaru, yang lagi booming, kalau emng kurang cocok sama channel kita, cari yang sedang tren tapi masih bisa digabungkan dengan konten kita, cari yang cocok dengan konten kita.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Rakha Arkananta

Tempat, Tgl Lahir : Jakarta, 16 September 1999

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Perumahan Bilabong Permai Blok C2E Garuda 5 no. 20
Bojonggede, Kab. Bogor, Jawa Barat

Anak ke : 1 dari 2 bersaudara

Ayah : Heru Syarifudin

Ibu : Susilowati

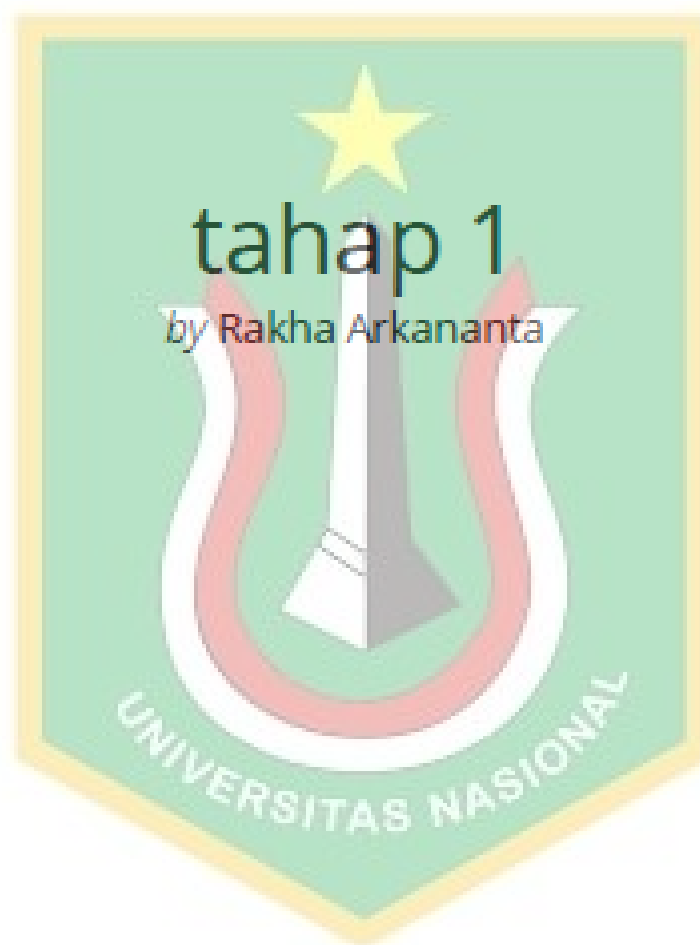
Status : Belum Menikah

No. Telpon : +62 8775606206

Email : rakha16arkananta@gmail.com

Pendidikan : - TK Hang Tuah 5 (2004-2005)
- SDN Cilandak Timur 03 Pagi (2005-2011)
- SMPN 107 Pejaten (2011-2014)
- SMK Sumbangsih Multimedia (2014-2017)





Submission date: 01-Aug-2022 12:33PM (UTC+0700)

Submission ID: 1877575461

File name: Rakha_Arkananta_-_Cek_turnitin_1.pdf (1.46M)

Word count: 16221

Character count: 105323

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

9%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
3	repositori.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	repositori.ub.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.ubhara.ac.id Internet Source	1%
6	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.stiedewantara.ac.id Internet Source	1%
8	www.scribd.com Internet Source	1%
9	repositori.radenintan.ac.id Internet Source	1%