

**STRATEGI KONTEN KREATOR DESTINASI WISATA DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DAN PENONTON  
(STUDI KASUS PADA KANAL *YOUTUBE* RARATV)**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah**

**19.96.1300**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**STRATEGI KONTEN KREATOR DESTINASI WISATA DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DAN PENONTON  
(STUDI KASUS PADA KANAL *YOUTUBE* RARATV)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

**Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah**

**19.96.1300**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

**STRATEGI KONTEN KREATOR DESTINASI WISATA DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DAN PENONTON  
(STUDI KASUS PADA KANAL *YOUTUBE* RARATV)**


yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah**

**19.96.1300**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 18 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

  
**Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.**  
**NIK 190302107**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KONTEN KREATOR DESTINASI WISATA DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DAN PENONTON  
(STUDI KASUS PADA KANAL *YOUTUBE* RARATV)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh  
**Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah**  
19.96.1300

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 3 April 2023

**Susunan Dewan Penguji**

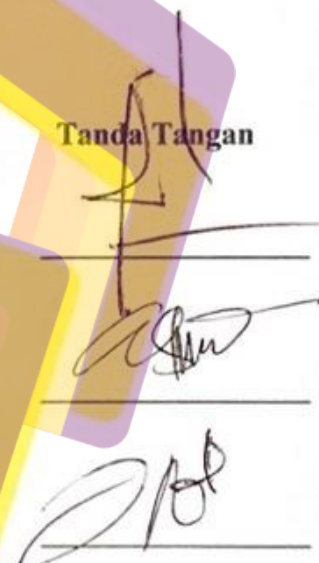
**Nama Penguji**

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.  
NIK. 190302107

Kadek Kiki Astria M.A  
NIK. 190302445

Andreas Tri Pamungkas, M.A  
NIK. 190302522

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 3 April 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 April 2023



Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah

NIM. 19.96.1300

## **MOTTO**

**KUATKAN DIRIMU, SELESAIKAN SATU PERSATU**

**ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN  
SESUAI DENGAN KESANGGUPANNYA IA MENDAPAT  
PAHALA (DARI KEBAJIKAN) YANG DIUSAHAKANNYA  
DAN IA MENDAPAT SIKSA (DARI KEJAHATAN) YANG  
DIKERJAKANNYA. (QS. AL-BAQARAH:286).**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya-Nya atas selesainya penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Konten Kreator Destinasi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan dan Penonton Studi Kasus Pada Kanal *YouTube* RaraTV” dan tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memperoleh gelar Sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan beragam dukungan moril maupun materiil sehingga, skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku dosen pembimbing saya selama mengerjakan skripsi.
2. Orang tua, kakak, dan adik. serta Tante saya yang telah memberikan doa, dorongan, saran, dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman yang berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
4. Mas Pramugara Aji Perdana selaku kreator kanal RaraTV dan narasumber dari peneliti yang memiliki waktu luang untuk wawancara.
5. Bapak Hendri Kuswanto dan Bapak Gunawan selaku informan pendukung telah menyempatkan untuk diwawancara.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini semaksimal mungkin, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian dalam skripsi ini, dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Yogyakarta, 22 Februari 2023



(Muhammad Abdurrahman Ghaniyasyah)

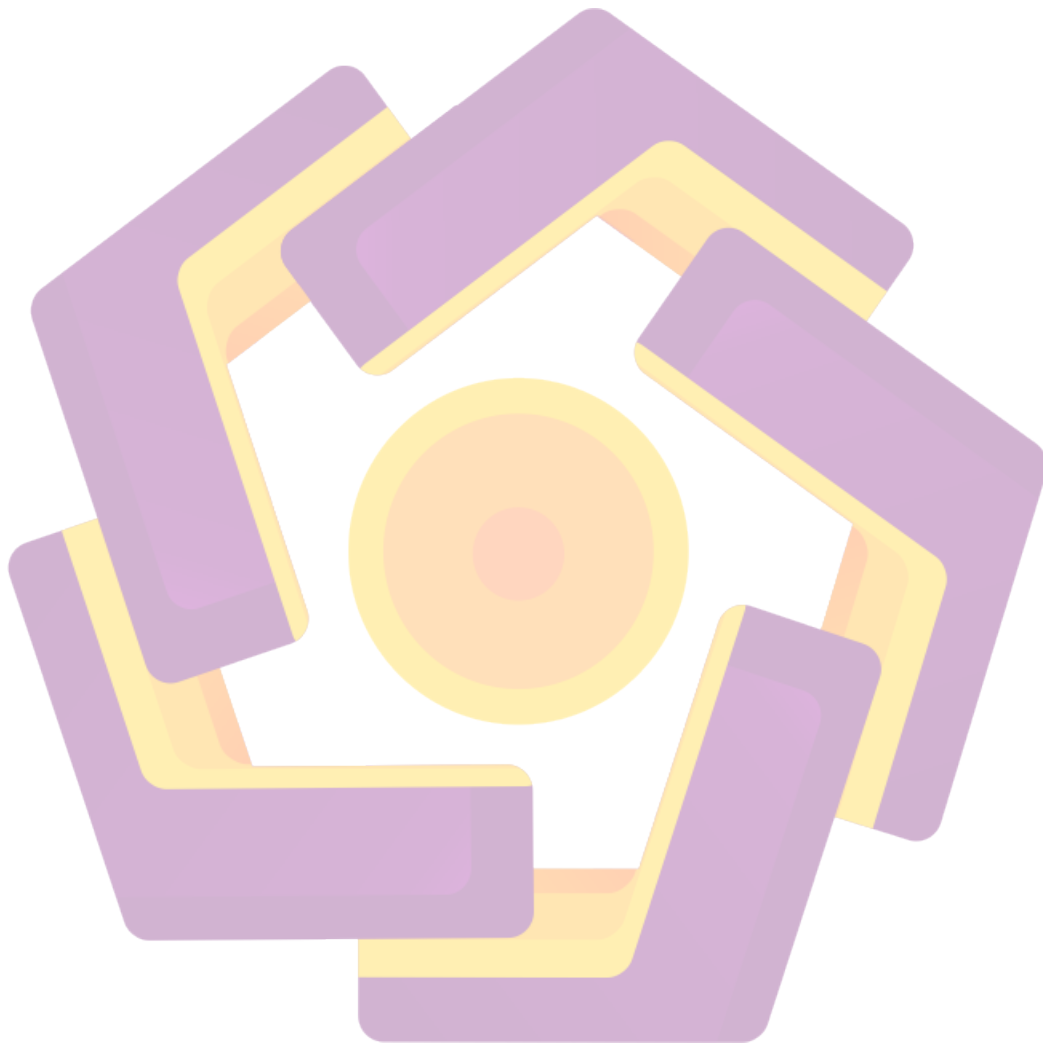
## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>III</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>V</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>XIII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Strategi Konten Kreator.....	7
2.1.2 <i>YouTube</i> .....	9
2.1.3 Destinasi Wisata.....	10
2.1.4 Teori Model AIDA.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12



2.3 Kerangka Pemikiran .....	15
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	16
3.2 Jenis Penelitian .....	16
3.3 Lokasi Penelitian .....	17
3.4 Metode Penelitian .....	17
3.5 Sumber Data .....	17
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	18
3.7 Teknik Analisis Data .....	19
3.8 Uji Keabsahan Data .....	20
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	22
4.1.1 Sejarah Umum.....	22
4.1.2 Visi dan Misi Kanal <i>YouTube</i> RaraTV .....	22
4.1.3 Deskripsi Informan.....	23
4.1.4 Analitik Kanal <i>YouTube</i> RaraTV .....	25
4.1.5 Perancangan Konten Kreator Kanal RaraTV .....	26
4.1.6 Proses Konten Kreator RaraTV Memengaruhi Penonton .....	30
4.1.7 Kebebasan Menggunakan <i>Platform YouTube</i> Memengaruhi Tingkat Keterlibatan Pelanggan dan Penonton. ....	34
4.2 Pembahasan.....	36
4.2.1 Strategi Konten Kreator Destinasi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan dan Penonton Pada Kanal <i>YouTube</i> RaraTV .....	36
4.2.2 Proses Ketertarikan Tingkat Keterlibatan ( <i>Engagement Rate</i> ) antara RaraTV Dengan Netizen .....	39
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>

**LAMPIRAN..... 47**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... 59**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 Profil Informan.....	23



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data.....	20
Gambar 4.1 Logo Kanal <i>YouTube</i> RaraTV.....	22
Gambar 4.2 Analitik Kanal <i>YouTube</i> RaraTV Maret 2023.....	25
Gambar 4.3 Jumlah <i>Like</i> dan Komentar Pada Konten RaraTV .....	25
Gambar 4.4 Grafik Retensi Pemirsa dan Jam Tayang .....	26
Gambar 4.5 Fitur Pencarian <i>YouTube</i> .....	26
Gambar 4.6 Visual Perjalanan Konten RaraTV .....	27
Gambar 4.7 Tampilan Kanal <i>YouTube</i> RaraTV.....	28
Gambar 4.8 Akun Tiktok dan <i>Instagram</i> RaraTV .....	29
Gambar 4.9 Komentar Pada Konten RaraTV .....	29
Gambar 4.10 <i>Thumbnail</i> dan Judul Gerbang Singa Simpang Susun Borobudur..	30
Gambar 4.11 <i>Thumbnail</i> dan Judul Keindahan Jalan Yang Baru Viral di Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta .....	31
Gambar 4.12 Perjalanan Panjang Bumi Dobangsan Kulon Progo.....	31
Gambar 4.13 Permintaan Peliputan Jembatan Kretak.....	32
Gambar 4.14 Fitur <i>Playlist YouTube</i> RaraTV .....	33
Gambar 4.15 Raja Ampat dan Kreator <i>Inframe</i> .....	34
Gambar 4.16 Interaksi Melalui Kolom Komentar .....	34
Gambar 4.17 Beragam Komentar RaraTV.....	35

## INTISARI

RaraTV merupakan kanal *YouTube* tentang destinasi wisata yang dikelola oleh seorang konten kreator dan terbilang populer pada awal tahun 2021 sampai pertengahan 2022, karena dalam satu tahun mampu mendapatkan 31.000 pelanggan dan 6.000.000 penonton dibanding dengan kanal konten kreator lain yang memiliki tema sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi konten kreator destinasi wisata dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan penonton serta mendeskripsikan proses yang dilakukan konten kreator kanal *YouTube* RaraTV dalam memengaruhi perhatian para target penonton. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada obyek penelitian yakni kanal *YouTube* RaraTV. Pengumpulan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan para informan yaitu pemilik dan pelanggan kanal *YouTube* RaraTV. Hasil penelitian terdapat tahapan riset, membuat keunikan identitas, menetapkan tujuan, menentukan *platform* media digital, dan melakukan evaluasi konten kanal. Setelah itu, menerapkan konsep memengaruhi pemirsa seperti membuat perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Strategi ini juga dilaksanakan bersamaan dengan proses ketertarikan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) antara RaraTV dengan netizen, seperti interaksi antara RaraTV dan netizen di kolom komentar yang mana banyak dari netizen memberikan komentar positif, banyak tanda suka, dan retensi pemirsa cukup baik mengindikasikan bahwa kanal *YouTube* RaraTV dalam kategori kanal yang bagus dan positif sebagai tontonan sekaligus informatif.

**Kata Kunci:** Konten Kreator, *YouTube*, RaraTV

## **ABSTRACT**

*RaraTV is a YouTube channel about tourist destinations managed by a content creator and is fairly popular in early 2021 to mid-2022, because in one year it was able to get 31.000 subscribers and 6.000.000 viewers compared to other content creator channels with the same theme. This study aims to determine the strategy of tourist destination content creator to increase the number of subscriber and viewer and to describe the process carried out by the content creator of RaraTV YouTube channel to influence the attention of the target audience. This research is a qualitative research with a case study approach on the object of research, namely the RaraTV YouTube channel. The data were collected through observation, interviews, and documentation with informants, namely the owner and subscribers of the RaraTV YouTube channel. The results of the research are the stages of research, creating a unique identity, setting goals, determining digital media platforms, and evaluation channel content. After that, applying the concept of influencing viewers such as creating attention, interest, desire, and action. This strategy is also implemented in conjunction with the process of interest in the level of engagement between RaraTV and netizens, such as the interaction between RaraTV and netizens in the comment column where many netizens give positive comments, many likes, and audience retention is quite good indicating that RaraTV's YouTube channel is in the category of good and positive channels as a watch as well as informative*

**Keyword:** Content Creator, YouTube, RaraTV