

**Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam  
Membangun Konten Visual**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Adinda Gusti Lulu Ulmanur

20.96.2147

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2024**

**Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam  
Membangun Konten Visual**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

Adinda Gusti Lulu Ulmanur

NIM : 20.96.2147

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam  
Membangun Konten Visual**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adinda Gusti Lulu Ulmanur  
NIM: 20.96.2147

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 20 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Dwi Pela Agustina, S.I.Kom, M.A.  
NIK. 190302360

**LEMBAR PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam  
Membangun Konten Visual**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adinda Gusti Lulu Ulmanur  
NIM : 20.96.2147

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 20 Februari 2024

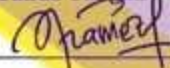
**Nama Penguji**

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A  
NIK. 190302476

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302521

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302360

**Tanda Tangan**



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
pada 20 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah 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, 20 Februari 2024



Adinda Gusti Lulu Ulmanur

NIM : 20.96.2147

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam Membangun Konten Visual."**

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Km, M.Eng. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Dwi Pela Agustina, S.I.Kom. M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Tomi Sujatmiko selaku Pemimpin Redaksi
6. Bapak Yohanes Sulistya Wibowo selaku Pemimpin Umum dan video editor sekaligus videografer Jogjaaja.com.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Februari 2024

Adinda Gusti Lulu Ulmanur



## DAFTAR ISI

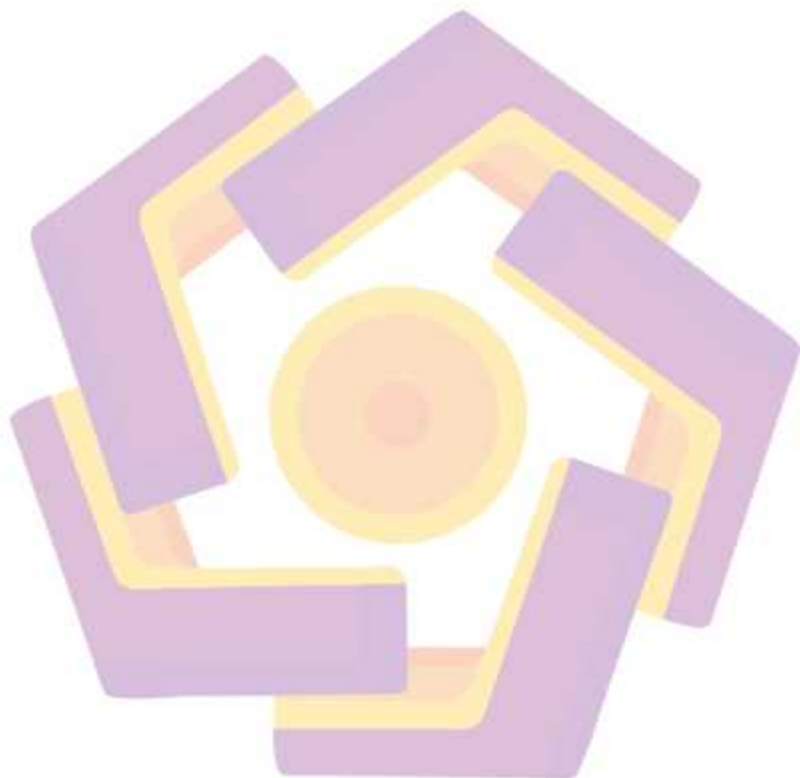
<b>COVER</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
1.2.1 Strategi kreatif .....	14
1.2.2 Video Editor .....	19

1.2.3 Media Digital YouTube .....	20
1.2.4 Tipe-tipe Konten .....	21
2.3 Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	24
3.2 Periode Penelitian .....	24
3.3 Objek Penelitian .....	25
3.4 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian .....	27
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	30
3.8 Triangulasi .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil Temuan Peneliti .....	33
4.2 Pembahasan .....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9 – 14
Tabel Lampiran 1. Hasi Wawancara Penelitian dengfan Video Editor Jogjaaja.com .....	58 - 66

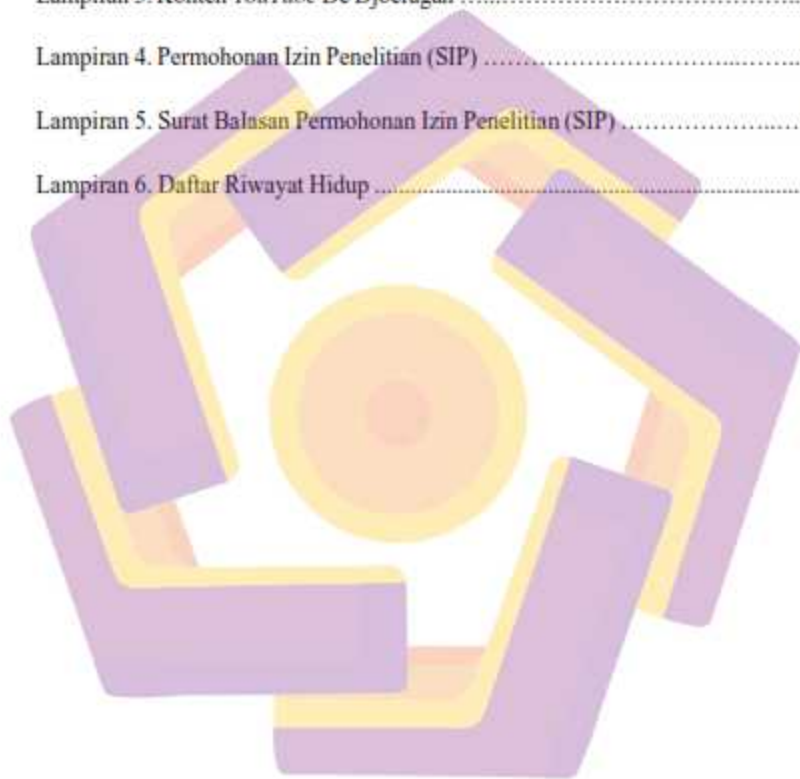


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Platform</i> Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2022 .....	2
Gambar 1.2 Data Performa Analisis <i>YouTube</i> De Djoeragan 2023 .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 3.3 Logo Jogjaaja.com .....	27
Gambar 4.1 Akun <i>YouTube</i> De Djoeragan .....	42
Gambar 4.2 Konten Inspiratif program De Djoeragan .....	43
Gambar 4.3 Konten <i>YouTube Shorts</i> De Djoeragan .....	43
Gambar 4.4 <i>Editing</i> pada konten <i>YouTube</i> De Djoeragan .....	44
Gambar 4.5 Balasan kolom komentar <i>YouTube</i> De Djoeragan .....	47
Gambar 1. Dokumentasi foto saat Wawancara berlangsung .....	67
Gambar 2. Dokumentasi foto bersama Narasumber Jogjaaja.com dan mahasiswa MBKM magang dari Universitas Amikom Yogyakarta .....	67
Gambar 3. Konten <i>YouTube</i> DE DJOERAGAN .....	68
Gambar 4. Permohonan Izin Penelitian (SIP) .....	69
Gambar 5. Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian (SIP) .....	70
Gambar 6. Daftar Riwayat Hidup .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan dan hasil wawancara .....	67
Lampiran 2. Dokumentasi wawancara dengan narasumber .....	67
Lampiran 3. Konten <i>YouTube</i> De Djoeragan .....	68
Lampiran 4. Permohonan Izin Penelitian (SIP) .....	69
Lampiran 5. Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian (SIP) .....	70
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup .....	71



## ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, *YouTube* telah menjadi *platform* utama bagi para video editor untuk menyajikan informasi, hiburan, dan inspirasi kepada pemirsa secara global. Selain itu, kreativitas di Indonesia mengalami perkembangan pesat, salah satunya adalah dalam pertumbuhan kreativitas pada konten *YouTube*. Untuk menciptakan konten yang menarik, seorang video editor perlu memiliki ide-ide kreatif yang mampu memikat minat *audiens*. *Jogjaaja.com* mempunyai program siaran yang tersedia di akun *YouTube* untuk menyebarkan konten – kontennya dan menyampaikan pesan tertentu serta memberikan inspirasi dan motivasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi kreatif yang berhasil digunakan oleh video editor De Djoeragan dalam pembuatan konten *YouTube*, sehingga mampu menarik perhatian dan mempertahankan minat *audiens*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif yang sudah diterapkan oleh De Djoeragan dalam membuat konten *YouTube Creator* diantaranya: (1) Mudah dibagikan, (2) Komunikatif, (3) Interaktif, (4) Konsisten, (5) Menentukan target, (6) Keberlanjutan, (7) Mudah ditemukan, (8) Aksesibilitas, dan (9) Inspiratif. Meskipun kolaborasi belum sepenuhnya diterapkan, padahal strategi tersebut dapat meningkatkan *engagement* dan jumlah *viewers*.

**Kata Kunci:** Strategi Kreatif, Video Editor, Konten Visual, *YouTube*, De Djoeragan

## **ABSTRACT**

*In the ever-evolving digital era, YouTube has become a primary platform for video editors to present information, entertainment, and inspiration to viewers globally. Furthermore, creativity in Indonesia is experiencing rapid development, including the growth of creativity in YouTube content. To create engaging content, a video editor needs to have creative ideas that can captivate the audience's interest. Jogjaaja.com has a broadcast program available on its YouTube account to disseminate its content, convey specific messages, and provide inspiration and motivation. This research aims to identify the successful creative strategies used by the video editor De Djoeragan in creating YouTube content that can attract attention and maintain audience interest. This research uses a qualitative approach with a descriptive approach. The results of this study show that the creative strategies that De Djoeragan has implemented in creating YouTube Creator content include: (1) Easy to share, (2) Communicative, (3) Interactive, (4) Consistent, (5) Target determination, (6) Sustainability, (7) Easy to find, (8) Accessibility, and (9) Inspirational. Although collaboration has not been fully implemented, this strategy can increase engagement and the number of viewers.*

**Keywords:** *Creative Strategy, Video Editor, Visual Content, YouTube, De Djoeragan*