

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

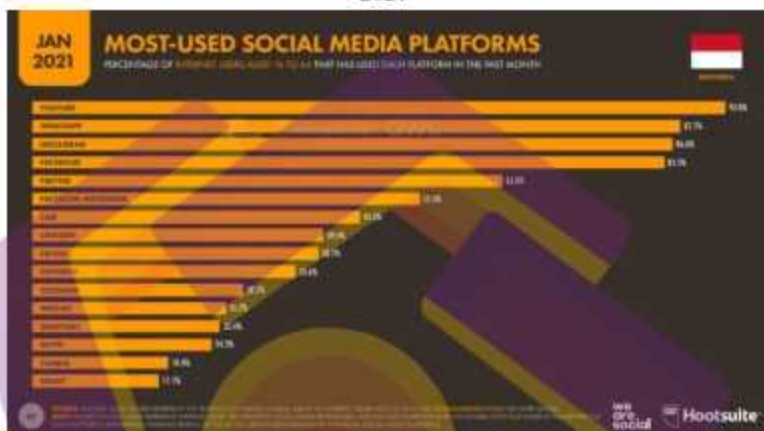
Dalam era digital yang terus berkembang, *YouTube* telah menjadi *platform* utama bagi para video editor untuk menyajikan informasi, hiburan, dan inspirasi kepada pemirsa secara global. *Platform* ini memberikan kesempatan kepada individu dan organisasi untuk membuat, mendistribusikan, dan mengonsumsi berbagai jenis konten visual. Pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video di *YouTube*, layanan video berbagi yang dikembangkan oleh Google. *YouTube* merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet yang mulanya hanya sebuah web yang dapat dibaca beralih web yang bisa dilihat dan ditonton (Wilson, 2015:10).

Lanskap konten digital telah diubah oleh perkembangan media sosial dan *platform* berbagi video. *YouTube* telah menjadi salah satu yang paling terkenal di antara *platform* lain untuk menyediakan konten visual, dalam hal ini konten visual yang menarik sangat penting untuk menarik pengguna sosial media. *YouTube* telah menjadi sumber utama informasi, hiburan, dan interaksi sosial di seluruh dunia, dengan miliaran penonton aktif dan jutaan pengguna. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Dengan jutaan pengguna dan miliaran penonton aktif setiap hari, *YouTube* telah menjadi sumber utama informasi, hiburan, dan interaksi sosial di seluruh dunia.

Salah satu media baru yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah *YouTube*. Menurut data digital reportal Indonesia Januari 2021, jumlah pengguna *YouTube* di Indonesia mencapai 93,8 persen, menjadikannya tiga besar dari jumlah pengguna media baru di negara itu. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *YouTube* meningkat. *YouTube* saat ini adalah situs paling populer dan ribuan orang menontonnya setiap hari. Jumlah

penonton *YouTube* akan meningkat tiga kali lipat setiap tahun dengan kenaikan 60% setiap tahun dan 40% setiap hari (Faiqah, et al., 2016).

Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Tahun 2021



Sumber: (We Are Social, 2021)

Jogjaaja.com adalah salah satu portal berita *online* yang menyajikan informasi menarik dan aktual seputar Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Berfokus pada segmentasi utama wisata, budaya, kuliner, ekonomi, dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tanpa mengesampingkan informasi-informasi positif lainnya. Jogjaaja.com tidak hanya berfokus pada website portal berita *online* saja, namun telah berinovasi menambah media digital sebagai bentuk respon terhadap perkembangan teknologi tersebut.

Salah satu kanal *YouTube* Jogjaaja.com bernama “DE DJOERAGAN” telah menarik perhatian penonton, dan ini menjadi studi kasus yang menarik untuk memahami bagaimana strategi kreatif video editor dalam membangun konten visual menarik. Dengan 172 video yang telah diunggah, akun *YouTube* De Djoeragan telah memiliki banyak *subscriber*, dengan total 40,7 ribu. Selain itu, konten De Djoeragan lebih menarik karena kualitas produksi yang luar

biasa dan penggunaan narasi yang menarik. Kanal ini memiliki basis pengikut dan reputasi yang terus berkembang, memberikan perspektif yang unik dan menarik bagi penggemarnya.

Berdasarkan riset awal, *audiens YouTube* Jogjaaja.com belum maksimal. Hal tersebut dilihat dalam performa analisis *YouTube* De Djoeragan dalam kurun waktu tiga bulan dari bulan Mei hingga Juli 2023. Pada periode tersebut, Jogjaaja.com merilis program baru yaitu *channel* yang mengupas berbagai hal mengenai kewirausahaan di bidang kuliner, mulai dari perjalanan usaha, inspirasi bisnis, kisah sukses, hingga pencapaian dari sebuah usaha atau bisnis. Pada saat itu, *Youtube* Jogjaaja.com mengalami kenaikan 1.000 *subscriber*.

Keberhasilan konten *YouTube* bergantung pada kualitas visualnya. Dengan konten yang menarik dan visual, Anda dapat meningkatkan basis pemirsa dan peluang finansial. Namun, proses pembuatan konten visual yang menarik tidak semudah yang terlihat. Di bidang ini, video editor menjadi sangat penting. Video editor tidak hanya dihadapkan pada tugas pengeditan teknis, namun juga memiliki tanggung jawab untuk menciptakan konten visual yang mampu menarik dan mempertahankan minat penonton. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai strategi kreatif yang diterapkan oleh video editor di kanal De Djoeragan menjadi suatu aspek yang penting untuk diungkap. Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata, 2011).

Dengan melihat tren pertumbuhan penggunaan *YouTube* sebagai media utama konsumsi konten digital, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis Strategi kreatif video editor program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam membangun konten visual. Dalam pembuatan konten *YouTube* harus adanya kreativitas. Kreatif adalah sifat yang berani menantang konvensi dan dapat menghasilkan sesuatu yang berbeda dengan bahan dasar yang sama dengan cara membuat kembali, mengubah fungsi, atau memberikan nilai tambahan sehingga produk memiliki tujuan atau arti baru. Banyak pembuat

video *YouTube*, juga dikenal sebagai *YouTuber*, berlomba-lomba membuat konten inovatif yang diharapkan dapat menarik perhatian publik. Kreativitas adalah kunci utama pembuatan konten; jika konten kreatif disukai banyak orang, maka akan ada banyak yang membuat konten serupa di masa depan.

Selain itu, *YouTube* memiliki standar untuk strategi konten, yaitu: (1) Mudah Dibagikan, (2) Komunikatif, (3) Interaktivitas, (4) Konsistensi, (5) Menentukan Target, (6) Keberlanjutan, (7) Mudah Ditemukan, (8) Aksesibilitas, (9) Kolaborasi, (10) Inspirasi (Koval, 2015). Fokus penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif yang yang memusatkan pada kegiatan ontologis. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan memungkinkan pemahaman yang lebih nyata dari pada sekedar angka atau frekuensi.

Gambar 1.2 Data Performa Analisis *YouTube* DE DJOERAGAN Mei – Juli 2023



Sumber: Tyo, (2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami strategi kreatif video editor program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam membangun konten visual, dengan kasus khusus pada *YouTube* De Djoeragan. Dalam dunia yang semakin kompetitif di ranah konten digital, pemahaman lebih dalam tentang peran video



editor dalam menciptakan konten visual yang sukses adalah penting. Ini juga akan memberikan wawasan berharga bagi pembuat konten, peneliti, dan pemangku kepentingan lainnya yang tertarik dalam dunia produksi konten digital yang menarik di era digital saat ini dan akan memberikan wawasan yang berharga bagi mereka yang tertarik dalam industri media dan hiburan.

Berdasarkan persoalan diatas penulis tertarik untuk melakukan kajian dan penelitian tentang perkembangan akun *YouTube* De Djoeragan “Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam Membangun Konten Visual.”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan secara terperinci penulis merumuskan masalah yang diteliti yakni “Bagaimana Strategi Kreatif Video Editor Program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam Membangun Konten Visual?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut “Untuk Menganalisis strategi kreatif video editor program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam membangun konten visual.” Hal ini akan membantu memahami secara keseluruhan strategi kreatif video editor program De Djoeragan Jogjaaja.com dalam membangun konten visual.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1) Manfaat Akademis**

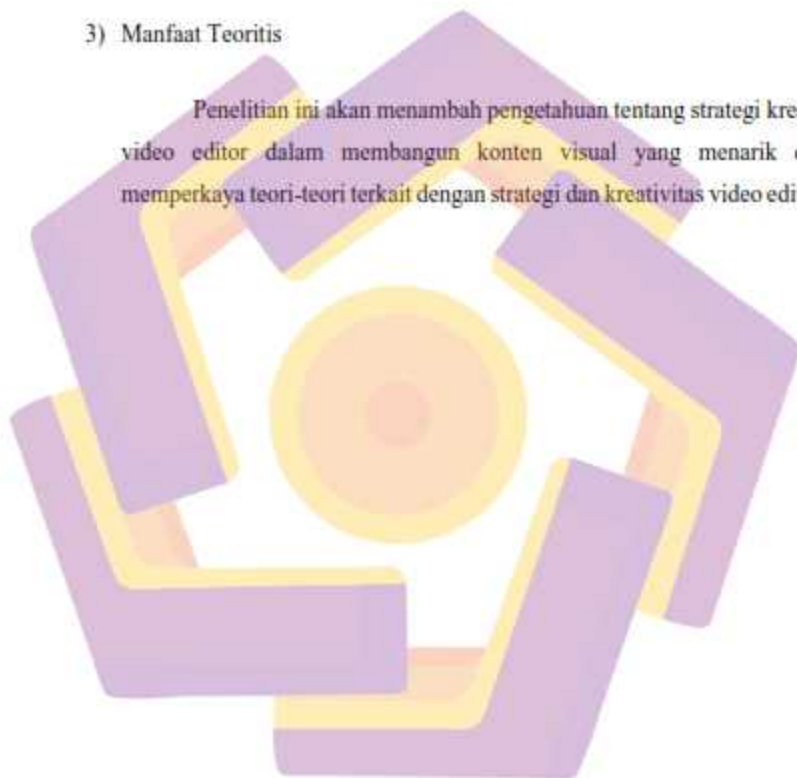
Penelitian ini akan menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan menjadi sumber referensi dalam pengembangan ilmu. Secara akademis penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk menyelidiki topik serupa dalam bidang media dan konten digital.

## 2) Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh masyarakat luas, karena dapat memberikan informasi bagi video editor tentang strategi kreatif yang dapat diterapkan dalam membangun konten visual yang menarik dan juga membantu kanal *YouTube* untuk meningkatkan kualitas konten visualnya.

## 3) Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang strategi kreatif video editor dalam membangun konten visual yang menarik dan memperkaya teori-teori terkait dengan strategi dan kreativitas video editor.



## 1.5 Sistematika Penulisan

### A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi beberapa sub yaitu :

- 1) Penelitian terdahulu yang membahas topik yang sama dengan penelitian penulis saat ini.
- 2) Landasan teori yang merangkum semua konsep dasar yang berkaitan dengan pemahaman dan definisi informasi.
- 3) Kerangka berfikir berisi tentang struktur dari ide-ide penulis terkait sebuah penelitian yang dijalankan. Kerangka berfikir mencakup konsep-konsep, teori-teori atau model yang sesuai dengan topik yang dibahas.

### C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang akan digunakan. Metodologi penelitian meliputi jenis pendekatan penelitian, periode penelitian, subjek penelitian dan objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan triangulasi.

### D. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasannya. Hasil penelitian adalah data yang diperoleh dari pengumpulan data. Pembahasan adalah interpretasi dan penjelasan terhadap hasil penelitian.

## E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah disusun oleh penulis. Kesimpulan adalah ringkasan dari hasil penelitian. Saran adalah rekomendasi yang diberikan kepada pihak-pihak terkait.

## F. Bagian akhir laporan penelitian

Bagian akhir pada laporan penelitian ini berisi daftar pustaka dan lampiran.

