

**STRATEGI PERANCANGAN PROGRAM KONTEN KREATIF *HALAL*  
*LIFESTYLE* DI YOUTUBE RADIO MQFM**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

**BAHARUDDIN NGAMAR YUSUF**

**20.96.1708**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**STRATEGI PERANCANGAN PROGRAM KONTEN KREATIF *HALAL*  
*LIFESTYLE* DI YOUTUBE RADIO MQFM**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana pada Program  
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

**BAHARUDDIN NGAMAR YUSUF**

**20.96.1708**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Strategi Perancangan Program Konten Kreatif *Halal Lifestyle*  
di YouTube Radio MQFM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Baharuddin Ngamar Yusuf  
20.96.1708**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 8 Maret 2024

**Dosen Pembimbing**



**Andreas Tri Pamungkas, M.A  
NIK./190302522**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Strategi Perancangan Program Konten Kretaif *Halal Lifestyle*  
di YouTube Radio MQFM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Baharuddin Ngamar Yusuf  
20.96.1708

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal bln tahun

**Nama Penguji**

Riski Damastuti, M.A.  
NIK. 190302475

Dr. Nurbayti., S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302363

Andreas Tri Pamungkas, .M.A  
NIK. 190302522

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
21 Maret 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, 21 Maret 2024

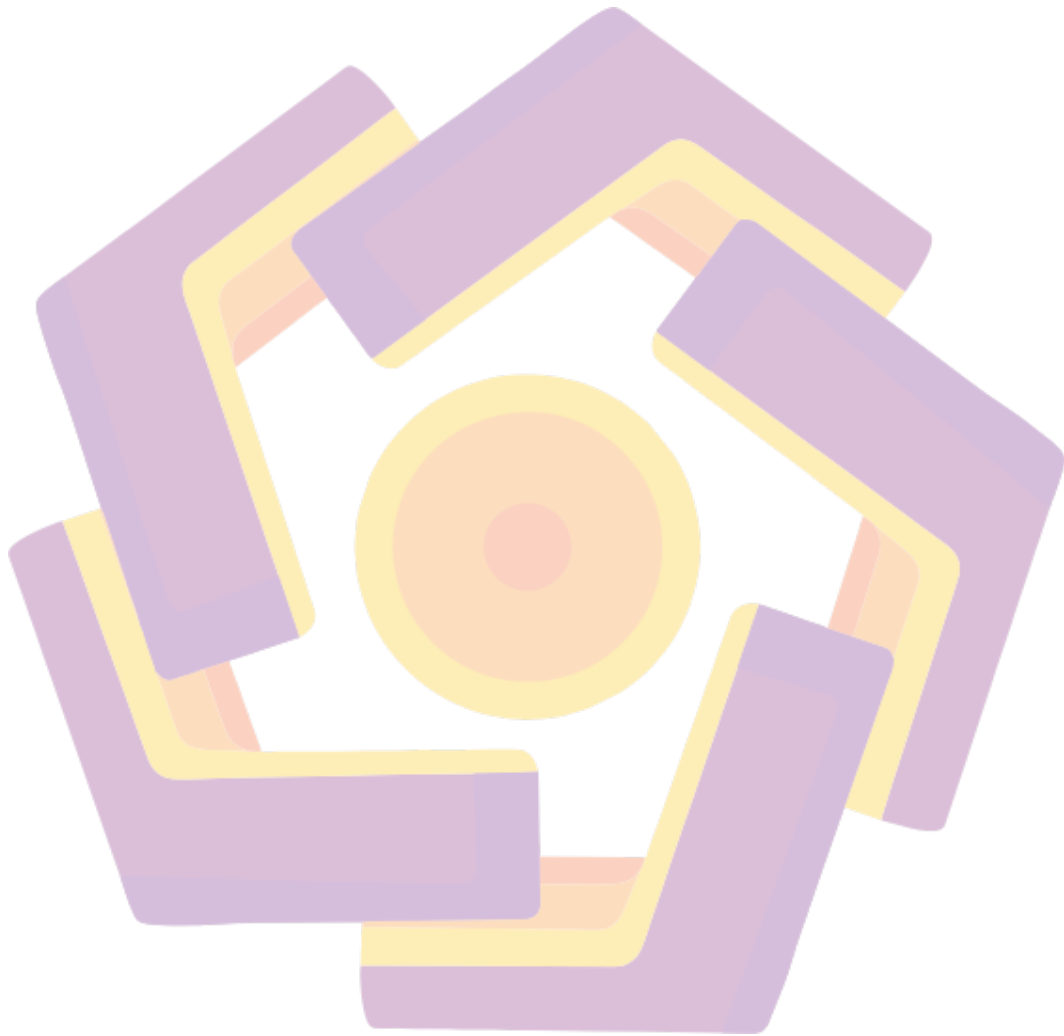


Baharuddin Ngamar Yusuf  
NIM 20.96.1708

## **MOTTO**

*“Do’a dan Restu OrangTuaku adalah Panglima Dalam Hidupku”*

**~ Baharuddin Ngamar Yusuf**





## KATA PENGANTAR

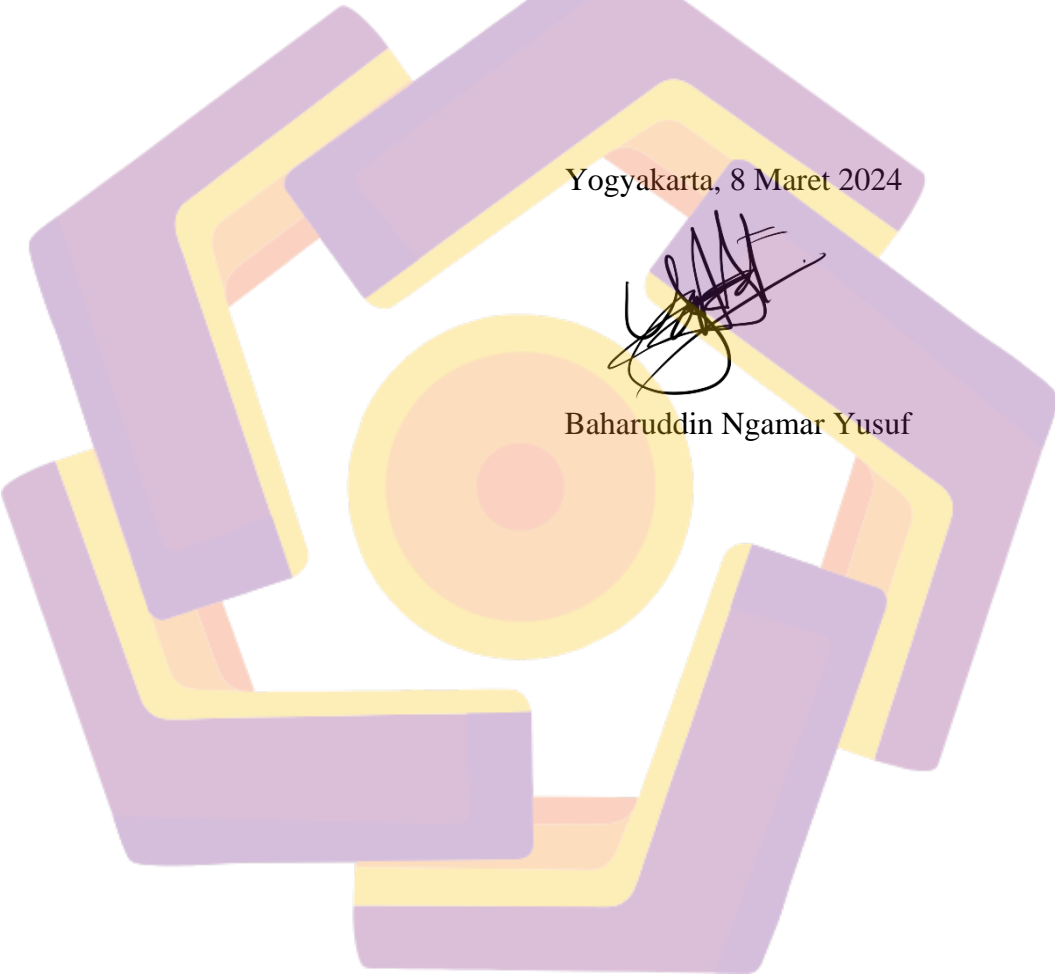
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M..Eng. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Andreas Tri Pamungkas, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya.
5. Ibu Rahmi Irfiana Dewi, selaku Pimpinan Stasiun Radio 92.3 MQFM Jogja.
6. Saya ingin menyampaikan terima kasih kepada orang tua saya, Bapak Irhasuddin, STP, dan Ibu Nursih, SE, atas segala bentuk dukungan, baik secara moral maupun materi, serta doa-doa mereka yang senantiasa mengiringi saya dalam menyelesaikan kuliah ini.
7. Ibu Yusnia Andra Puspitaloka, S. Kom Selaku Staff Direktorat Kehumasan Dan Urusan International yang telah membantu dan mensupport saya dalam mengerjakan Skripsi
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Deliana Caroline Tourista yang telah membantu dan menjadi *support system* selama mengerjakan skripsi.
9. Terima kasih atas dukungan yang luar biasa dari tim podcast Amikom. Support dan dorongan dari kalian sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan Skripsi ini. Semoga kita terus bisa bekerja sama dengan baik selamanya.
10. Terima kasih atas dukungan dan support yang luar biasa dari keluarga baru di Direktorat Kehumasan dan Urusan Internasional untuk skripsi saya. Dukungan ini sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.
11. Terima kasih atas dukungan yang luar biasa dari tim podcast Amikom. Support dan dorongan dari kalian sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan Skripsi ini. Semoga kita terus bisa bekerja sama dengan baik selamanya.

12. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Deliana Caroline Tourista yang telah membantu dan menjadi *support system* selama mengerjakan skripsi.
13. Berbagai pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman yang penulis miliki.



Yogyakarta, 8 Maret 2024

  
Baharuddin Ngamar Yusuf



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                 | <b>II</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                    | <b>III</b> |
| <b>MOTTO .....</b>                                     | <b>IV</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>V</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>VII</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                              | <b>IX</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                             | <b>IX</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                   | <b>X</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                  | <b>XI</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                          | <b>1</b>   |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                        | <b>1</b>   |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>                        | <b>8</b>   |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>                     | <b>8</b>   |
| <b>1.4 Fokus Penelitian .....</b>                      | <b>8</b>   |
| <b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>                    | <b>9</b>   |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                    | <b>10</b>  |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>                   | <b>10</b>  |
| <b>2.2 Landasan Teori.....</b>                         | <b>14</b>  |
| 2.2.1 Strategi Kreatif.....                            | 14         |
| 2.2.2 Media Digital YouTube .....                      | 15         |
| 2.2.3 Konten Kreatif .....                             | 16         |
| 2.2.4 Strategi Konten Kreatif <i>YouTube</i> .....     | 18         |
| <b>2.3 Kerangka Berpikir .....</b>                     | <b>20</b>  |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>             | <b>21</b>  |
| <b>3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....</b>        | <b>21</b>  |
| <b>3.2 Periode Penelitian.....</b>                     | <b>21</b>  |
| <b>3.3 Obyek Penelitian.....</b>                       | <b>21</b>  |
| <b>3.4 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....</b> | <b>22</b>  |
| <b>3.5 Jenis dan Sumber Data .....</b>                 | <b>23</b>  |
| <b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>                | <b>24</b>  |

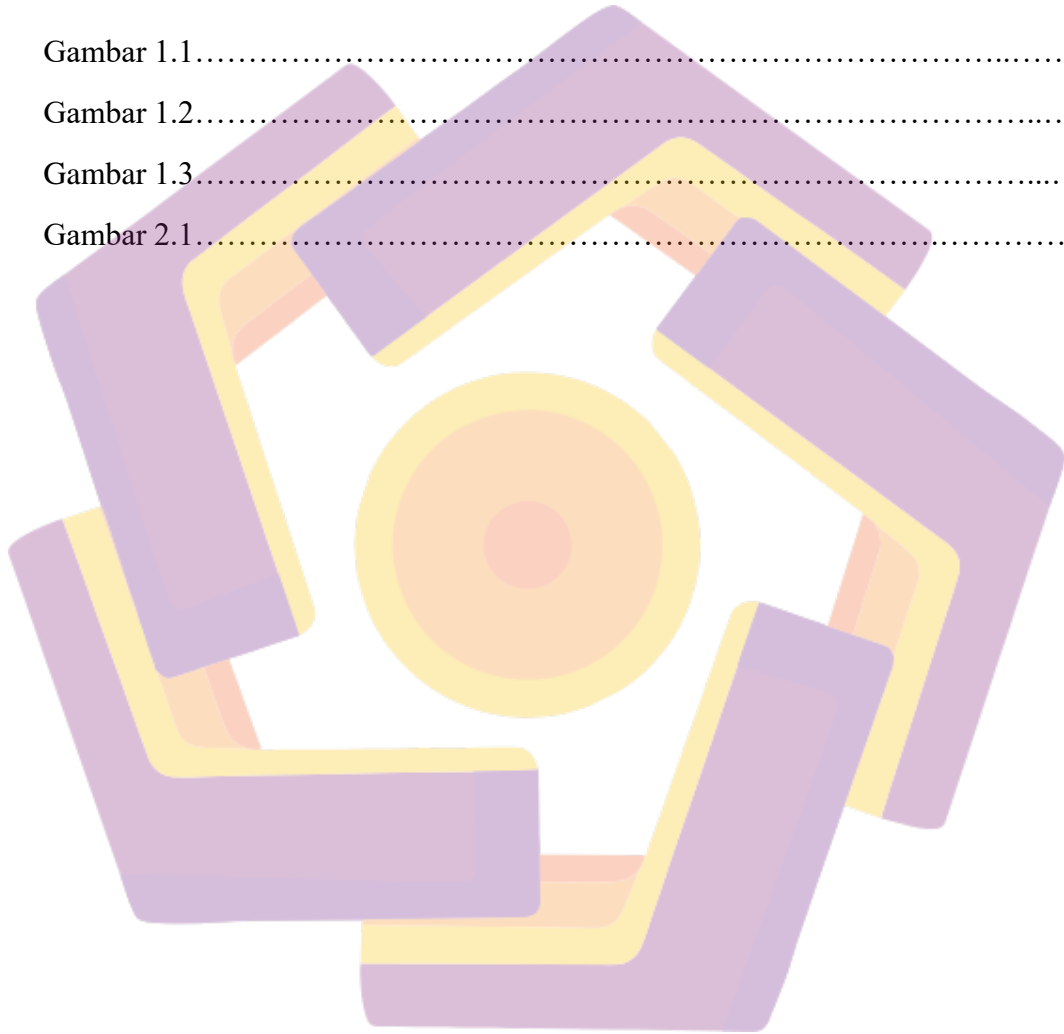
|  |           |
|--|-----------|
| 3.7 Teknik Analisis Data .....   | 25        |
| 3.8 Teknik Keabsahan Penelitian.....                                     | 25        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                 | <b>27</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....   | 27        |
| 4.2 Program Halal Lifestyle di YouTube MQFM .....                        | 27        |
| 4.2.1 Transformasi Radio MQFM di era Digitalisasi .....                  | 28        |
| 4.2.2 Konten <i>YouTube</i> MQ FM Jogja.....                             | 30        |
| 4.2.3 Integrasi <i>Platform</i> Radio MQ FM Jogja .....                  | 31        |
| 4.2.4 Media Digital <i>YouTube</i> MQFM Jogja .....                      | 32        |
| 4.2.5 Konten Informatif Halal lifestyle di MQFM Jogja.....               | 33        |
| 4.2.6 Strategi dalam Membuat Konten <i>YouTube</i> MQ FM Jogja .....     | 35        |
| 4.3 Pembahasan .....   | 47        |
| 4.3.1 Tranformasi Digital Terhambat SDM.....                             | 47        |
| 4.3.2 Kurangnya Keterlibatkan <i>Audience</i> dalam Konten Kreatif ..... | 49        |
| 4.3.3 Peningkatan Strategi Interaktif dan Konektivitas dalam Konten..... | 51        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>55</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 55        |
| 5.2 Saran.....   | 56        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....   | 56        |
| 5.2.2 Saran Perusahaan .....   | 56        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>58</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>60</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 10 |
|-------------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|                 |    |
|-----------------|----|
| Gambar 1.1..... | 5  |
| Gambar 1.2..... | 6  |
| Gambar 1.3..... | 6  |
| Gambar 2.1..... | 20 |



## ABSTRAK

Kehadiran *YouTube* sebagai salah satu *platform* utama untuk berbagi konten multimedia telah menciptakan peluang besar bagi pembuat konten untuk menyajikan pesan, informasi, dan inspirasi kepada audiens global. Saluran *YouTube* MQFM, yang memfokuskan diri pada konten "Halal Lifestyle," menjadi penting dalam menyediakan konten yang sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam. Penelitian ini mengeksplorasi Strategi perancangan program kreatif dalam konteks konten "Halal Lifestyle" yang disajikan di *YouTube* MQFM. Tujuan Strategi Perancangan Program Konten Kreatif Halal Lifestyle di *YouTube* Radio MQFM yang digunakan dalam konten ini, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi perancangan program konten kreatif dalam program "Halal Lifestyle" di *YouTube* Radio MQFM Jogja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer dan staf yang terlibat dalam pembuatan konten, observasi langsung terhadap konten yang dihasilkan, dan analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program "Halal Lifestyle" di *YouTube* Radio MQFM Jogja telah menghasilkan konten yang beragam, namun masih terdapat kekurangan dalam strategi konten kreatif yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Hasil penelitian memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana Strategi Perancangan Program Konten Kreatif Halal Lifestyle di *YouTube* Radio MQFM.

Kata Kunci : Strategi Konten, Konten Kreatif, Halal Lifestyle, *YouTube*, Radio MQFM, Perancangan Konten

## ABSTRACT

*The presence of YouTube as one of the main platforms for sharing multimedia content has created significant opportunities for content creators to deliver messages, information, and inspiration to a global audience. The MQFM YouTube channel, which focuses on "Halal Lifestyle" content, is instrumental in providing content that aligns with the principles of halal living in Islam. This research explores the strategy of creative program content design in the context of "Halal Lifestyle" content presented on YouTube MQFM. The aim of the Creative Content Program Design Strategy for Halal Lifestyle on YouTube Radio MQFM used in this content is to identify and analyze creative program content design strategies within the "Halal Lifestyle" program on YouTube Radio MQFM Jogja. This study employs a qualitative method, with data collected through in-depth interviews with managers and staff involved in content creation, direct observation of produced content, and analysis of related documents. The research findings indicate that the "Halal Lifestyle" program on YouTube Radio MQFM Jogja has generated diverse content, yet there are still shortcomings in creative content strategy that could enhance audience engagement. The study provides in-depth insights into how the Creative Content Program Design Strategy for Halal Lifestyle on YouTube Radio MQFM operates.*

*Keywords: Content Strategy, Creativity, Halal Lifestyle, YouTube, MQFM Radio, Content Design.*