

**STRATEGI *CONTENT CREATOR* DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE*
YOUTUBE PROVOKE! SEBAGAI MEDIA *MILLENNIALS***

TUGAS AKHIR



AJI Satria Akbar

1151003133

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Aji Satria Akbar

NIM : 1151003133

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Juli 2019

HALAMAN PENGESAHAN

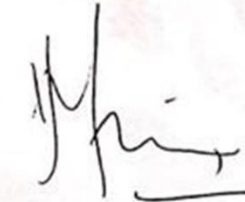
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aji Satria Akbar
NIM : 1151003133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **"Strategi *Content Creator* Dalam Membentuk *Brand Image* Youtube *Provoke!* Sebagai *Media Millennials*"**


Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Ari Kurnia, M.Ikom

()

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D

()

Penguji 2 : Anastasya Andriarti, M.Si

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhannu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan berkah dan Rahman-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian untuk tugas akhir yang berjudul “**STRATEGI CONTENT CREATOR DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE YOUTUBE PROVOKE! SEBAGAI MEDIA MILLENNIALS**” ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Selama proses penulisan dan penyelesaian laporan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan kepada penulis agar tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih selalu mendoakan penulis setiap saat agar penulis dipermudah dalam menulis penelitian ini.

3. Ari Kurnia M.Ikom

Terima kasih kepada mba Ari selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang selalu memberikan masukan dan solusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih karena telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar dan jelas.

4. EMPAT SEKAWAN

Terimakasih buat Rihan Hanif, Rizky Dio, dan Albertus Ono yang telah menjadi sahabat sekaligus musuh bagi saya. Terimakasih juga telah saling *support* satu sama lain selama 4 tahun kita mencari ilmu di Bakrie. Thanks guys...you rock!

5. MBEM WHATSAPP

Terimakasih kepada Ara, Danang, Dio, Emil, Fio, Nanay, Jamile, Marina, Niki, Puti, Haniw dan Thia. Makasih guys udah mau jadi sebagian keluarga gue dikampus, aku tanpa kalian butiran debu. JANGAN TINGGALIN GUE YA!

6. PUYAM! EastCoast'15

Big Thanks to Ditho (kamu kesayangan aku), Ebel, Gunawan, Bayu, Johan, Oja, Amat, Reren, Dewi, Mitha, Balqis, Lubna, Tamara, Tika. Makasih udah mau *support* sampe kita bareng-bareng dah lulus, dan buat yang belum semangat yah! I love you 3000 guys!

7. Kawan Kawan Kimak!

Guys makasih banyak buat Abie, Abay, Aris, Danang, Dimas, Emir, Apis, Hacim, Blek, Badi, Rayi, Sam. Kalo aja ga ada kalian, didunia ini ga ada yang bisa se menghibur kalian guys! Makasih udah sama sama sukses jadi anak muda yang gak dipandang sebelah mata. INGET GUE TERUS YA KALIAN...

8. Provoke!

Terimakasih kepada tempat paling gaul sedunia, terimakasih untuk kenyamanan bagi saya ada di tempat ini dan terimakasih telah memberikan waktu yang se nyantai mungkin untuk saya menyelesaikan skripsi ini. Makasih Provoke!

9. Last But Not Least

Makasih buat wanita yang satu ini, udah bisa bangkitin semangat waktu gue terpuruk sedikitpun, makasih udah nemenin juga sampe skripsi gue sampe selesai. Nabilah Bajri to the moon and back 3000 yes. Thanks yah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Aji Satria Akbar
NIM : 1151003133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Strategi *Content Creator* Dalam Membentuk *Brand Image* Youtube Provoke!
Sebagai *Media Millennials*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepetingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Aji Satria Akbar

**STRATEGI *CONTENT CREATOR* DALAM MEMBENTUK *BRAND IMAGE*
YOUTUBE PROVOKE! SEBAGAI MEDIA *MILLENNIALS***

Aji Satria Akbar

ABSTRAK

Konten pada media massa merupakan unsur penting dari prinsip komunikasi massa, yakni *to inform, to educate, to entertain, to influence*. Hal ini mendorong semua media massa untuk berlomba mengemas kontennya menjadi kreatif dan interaktif, dengan tujuan untuk menarik khalayak. Peneliti tertarik untuk menelaah Youtube Provoke!, karena kontennya yang mudah dicerna oleh millenials, salah satu program yang sedang digemari saat ini adalah program Natural Riverb. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pembentukan *brand image* pada majalah Provoke!. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan *Brand Image* dan Strategi *Content Creator*. Teknik analisis datanya menggunakan *indepth* interview dengan *creative content* Provoke!. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga komponen *brand image* yaitu *product attribute* yang menjelaskan bahwa konten-konten yang ada didalam youtube provoke! telah menggambarkan bahwa provoke! sudah menjadi media millenials. Komponen kedua yaitu *consumer benefit* bahwa para audiens telah mendapatkan informasi sesuai apa yang mereka cari, dan komponen terakhir yaitu *brand personality*, provoke! adalah media untuk anak muda dan menghibur.

Kata kunci: Brand Image, Content Creator, Provoke!, Youtube.

**CONTENT CREATOR STRATEGY IN FORMING YOUTUBE
PROVOKE! BRAND AS MILLENNIALS MEDIA**

Aji Satria Akbar

ABSTRACT

Content in mass media is an important element of the principle of mass communication, namely to inform, to educate, to entertain, to influence. This encourages all mass media to compete to package their content to be creative and interactive, with the aim of attracting audiences. Researchers are interested in examining Youtube Provoke !, because the content is easily digested by millennials, one of the programs that are currently popular is the Natural Riverb program. This study was examined using brand image by Effendy (2011: 28-29), content creator by Aris Ananda (2010: 139) This research method is a case study with a qualitative approach. The results showed that of the three components of brand image, namely the product attribute that explains that the content that is on YouTube provoke! has already illustrated that provoke! has become a media millennials. the second component is consumer benefit that the audience has obtained information according to what they are looking for, and the last component is brand personality, provoke! is a medium for young people and entertaining. In conclusion, provoke online chose millennial generation to be its target.

Keywords : Brand Image, Content Creator, Provoke!, Youtube.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI.....Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR..... i

ABSTRAK.....vi

ABSTRACTvii

DAFTAR ISIviii

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR BAGAN.....xi

DAFTAR TABELxii

BAB I..... 1

PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Masalah..... 9

1.4 Manfaat Penelitian 9

1.4.1 Manfaat Teoritis 10

1.4.2 Manfaat Praktis 10

BAB II 10

KERANGKA PEMIKIRAN 10

2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya 10

2.2 Tinjauan Pustaka 26

2.2.1 Digital Marketing 26

2.2.2 Social Media Marketing..... 30

2.2.3 Youtube 32

2.2.4 Content Management..... 35

2.2.5 Brand Image 38

2.3 Kerangka Pemikiran 40

BAB III..... 41

METODE PENELITIAN..... 41

3.1 Metode Penelitian 41

3.2 Obyek dan subyek Penelitian	42
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Sumber Data	43
3.3.2 Teknik pengumpulan data Data	44
3.4 Definisi Konspetual dan Operasionalisasi Konsep	46
3.4.1 Definisi Konspetual	46
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	51
3.7 Keterbatasan Penelitian	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Provoke! Magazine	54
4.1.2 Profil Informan	58
1.1.3 Subyek Triangulator.....	60
1.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 <i>Strategy Content Creator Provoke!</i>	62
4.2.2 <i>Analisis Brand Image</i>	64
4.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	65
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 <i>Content Creator</i> dalam membuat sebuah <i>content</i>	66
4.3.2 <i>Content Provoke!</i> bisa diterima generasi <i>Millennials</i>	69
BAB V.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.1 Saran	73
5.1.1 Saran Akademis.....	73
5.1.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tabel Generasi X, Y, Z)	2
Gambar 1. 2 Tabel Karakteristik Generasi X, Y, Z.....	2
Gambar 2. 1 Logo Youtube	34
Gambar 2. 2 Kantor pusat Youtube.....	35
Gambar 4. 1 Cover Majalah Provoke!.....	54
Gambar 4. 2 Isi Majalah Provoke!	55
Gambar 4. 3 Foto dengan narasumber Provoke!.....	58
Gambar 4. 4 Foto Amira sebagai narasumber anak muda.....	59
Gambar 4. 5 Foto Zaskia sebagai narasumber anak muda	59
Gambar 4. 6 Foto Bersama Vito sebagai narasumber anak muda	60
Gambar 4. 7 Foto Bersama triangulator sumber	60
Gambar 4. 8 Content Provoke! Magazine	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran 2

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi 59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Sebelumnya 2
Tabel 1. 2 Tabel Operasionalisasi Konsep 2