

**PENGELOLAAN *CONTENT MARKETING* DALAM
MEMBANGUN *BRAND IMAGE* PADA MEDIA SOSIAL
YOUTUBE EVENTORI VIEW**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi



**REVALDI PILI PRATAMA
1171003017**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Revaldi Pili Pratama

NIM : 1171003017

Tanda tangan : 

Tanggal : 22 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Revaldi Pili Pratama
NIM : 117103017
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengelolaan *Content Marketing* Dalam
Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial
YouTube Eventori View

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M.



Penguji 1 : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D, CICS (



Penguji 2 : Dr. Vivid Fitri Argarini, B.Arts



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Agustus 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengelolaan *Content Marketing* Dalam Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial YouTube Eventori View”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan rahmat, karunia, dan Kesehatan sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. **Orang tua** penulis yang senantiasa mendukung dan membantu dari segi moril dan materil.
3. **Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M.** selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing pada penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan, masukan, pelajaran, kritik dan bantuan.
4. **Ibu Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D, CICS** sebagai dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
5. **Dr. Vivid Fitri Argarini, B.Arts** sebagai dosen penguji kedua dan dosen Triagulator yang telah memberikan masukan demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
6. **Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi** yang telah memberi dan membagi ilmu pengetahuan serta pengalaman selama proses perkuliahan. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat sebagai tambahan informasi, referensi serta pengetahuan bagi penulis dan pembaca.

Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat sebagai tambahan informasi, referensi serta pengetahuan bagi penulis dan pembaca. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 22 Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Revaldi Pili Pratama', written in a cursive style.

Revaldi Pili Pratama

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revaldi Pili Pratama
NIM : 1191903017
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengelolaan *Content Marketing* Dalam
Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial
YouTube Eventori View
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-Exclusive, Royalty-Fee Rights*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

“Pengelolaan *Content Marketing* Dalam Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial YouTube Eventori View”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 22 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Revaldi Pili Pratama

**PENGELOLAAN *CONTENT MARKETING* DALAM MEMBANGUN
BRAND IMAGE PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE EVENTORI VIEW**

Revaldi Pili Pratama

ABSTRAK

Content Marketing sudah sangat lumrah digunakan untuk berbagai kebutuhan dalam strategi pemasaran. Eventori View salah satunya yang menggunakan *Content Marketing* didalam channel YouTube mereka. Eventori View adalah sebuah perusahaan media *entertainment* yang menyajikan konten dari depan layer panggung dan belakang layer panggung. Dalam penelitian ini penulis mengamati adanya usaha untuk membangun sebuah *Brand Image* perusahaan Eventori View menggunakan *Content Marketing* pada media Sosial YouTube Eventori View Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan *Content Marketing* dalam membangun *Brand Image* pada media sosial YouTube Eventori View. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam hal ini, teknik pengumpulan data tersebut dilakukan dengan wawancara mendalam, pengamatan, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor dari *Content Marketing* dalam sosial media YouTube Eventori View dalam membangun sebuah *Brand Image*. Eventori View menyajikan tayangan atau konten yang mudah dipahami, mudah diingat, dan interaktif. Lalu, konten yang disajikan oleh Eventori View dibuat dengan konsisten, relevan dan memberikan keunikan sendiri agar terciptanya *unique selling proposition*. Dari faktor *Content Marketing* tersebut *channel* YouTube Eventori View mampu memberikan asosiasi bahwa YouTube Eventori View adalah tempatnya orang-orang untuk mencari informasi seputar industri hiburan tanah air dan menjadi wadah bagi wajah-wajah baru pekerja seni di Indonesia dengan sajian yang berkualitas, kekinian, dan relevan.

Kata Kunci: *Content Marketing, Brand Image, YouTube*

***STUDY OF CONTENT MARKETING MANAGEMENT IN BUILDING
BRAND IMAGE ON YOUTUBE EVENTORY SOCIAL MEDIA***

Revaldi Pili Pratama

ABSTRACT

Content Marketing is very commonly used for various needs in marketing strategies. Eventori View is one of them that uses Content Marketing on their YouTube channel. Eventori View is an entertainment media company that provides content from the front of the stage and behind the stage. In this study the authors observed an attempt to build an Eventori View company Brand Image using Content Marketing on YouTube Eventori View social media. The purpose of this study was to find out how Content Marketing is managed in building a Brand Image on YouTube Eventori View social media. This research method uses a qualitative approach with case study methods. In this case, the data collection technique is done by in-depth interviews, observations, and documentation studies. The results of this study indicate that there are several factors from Content Marketing in social media YouTube Eventori View in building a Brand Image. Eventori View presents shows or content that are easy to understand, easy to remember, and interactive. Then, the content presented by Eventori View is consistent, relevant and provides its own uniqueness to create a unique selling proposition. From the Content Marketing factor, the YouTube Eventori View channel is able to provide an association that YouTube Eventori View is a place for people to find information about the country's entertainment industry and to become a forum for new faces of Indonesian artists with quality, up-to-date and relevant content.

Keywords: Content Marketing, Brand Image, YouTube

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	11
2.1.2 <i>Content Marketing</i>	12
2.1.2.1 Dimensi <i>Content Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Brand</i> (Merek).....	14
2.1.3.1 <i>Brand Image</i>	14
2.1.4 Media Sosial.....	15
2.1.5 YouTube.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	17

2.3 Model Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain dan Pendekatan	27
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Pengumpulan Data	29
3.3.1 Sumber Data.....	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4 Analisis Data	30
3.5 Triangulasi Data.....	32
3.6 Operasionalisasi Konsep/ Isu	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Perusahaan	34
4.1.2 Profil Informan.....	35
4.2 Penyajian Data	38
4.2.1 Analisis <i>Content Marketing</i> pada Media Sosial YouTube Eventori View	39
4.2.2 Analisis <i>Brand Image</i> Eventori View	42
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	46
4.3.1 Eventori View Sebagai Ekosistem baru Industri Hiburan Indonesia.....	46
4.3.2 Konten Menyampaikan Informasi, Mendidik, dan Menghibur	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	54
5.3 Saran.....	54
5.3.1 Saran Akademis	54
5.3.2 Saran Praktis.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Bagan 3.1 Bagan Operasionalisasi Konsep.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Artikel Jawara Konten.....	2
Gambar 1.2 YouTube <i>Channel</i> Traveloka.....	3
Gambar 1.3 Foto Postingan Instagram Awkarin.....	3
Gambar 1.4 Foto Postingan Instagram Awkarin Dan Twitter Traveloka	4
Gambar 1.5 Digital 2020 Indonesia	5
Gambar 1.6 Pengguna Sosial Media Indonesia.....	6
Gambar 1.7 YouTube <i>Channel</i> CXO Media.....	7
Gambar 1.8 Logo Eventori View	7
Gambar 4.1 Logo Evento View	34
Gambar 4.2 Ferally Marahdhika Sutejo.....	36
Gambar 4.3 Tubagus Kinand Astrakusuma.....	37
Gambar 4.4 Fathur Achmad.....	37
Gambar 4.5 Dr Vivid Fitri Argarini	38
Gambar 4.6 Program Acara CULIK di Kanal YouTube Eventori View.....	46
Gambar 4.7 Program Acara Vincent and Desta di Kanal YouTube VINDES.....	46
Gambar 4.8 Figur Ahmad Dhani pada Konten Program Culik Eventori View	48
Gambar 4.9 Figur Erick Thohir pada Konten Program Culik Eventori View.....	48
Gambar 4.10 Stevan Pasaribu pada program Manggung Nanggung.....	49
Gambar 4.11 Tips membuat event oleh promotor pada program Culik.....	49