

**STRATEGI KONTEN KREATOR DALAM MERAIH *ENGAGEMENT*  
DI SOSIAL MEDIA PADA CHANNEL YOUTUBE  
SELONTOK FISH OFFICIAL**

Disusun oleh:

**SAHDAN**

**191910045**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Strata Satu

(S1)Program Studi Ilmu Komunikasi



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA  
UNIVERSITAS BINA DARMA**

**2024**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

# **STRATEGI KONTEN KREATOR DALAM MERAIH ENGAGEMENT DI SOSIAL MEDIA PADA CHANNEL YOUTUBE SELONTOK FISH OFFICIAL**

**Sahdan**

**191910045**

### **SKRIPSI**

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana StrataSatu  
(S1) Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**Menyetujui,**

**Palembang, 06 April 2024**

**Fakultas Sosial Humaniora**

**Universitas Bina Darma**

**Dekan Fakultas Sosial Humaniora**



**Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.d**

**Ketua Program Studi,**



**Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom**

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan pada ujian Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Nama : Sahdan

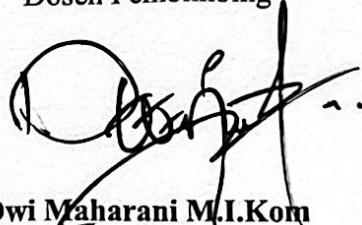
NIM : 191910045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial Humaniora

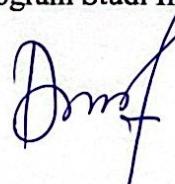
Judul Skripsi : Strategi Konten Kreator Dalam Meraih *Engagement* di Sosial Media pada *Channel Youtube Selontok Fish Official*

Menyetujui  
Dosen Pembimbing



Dwi Maharani M.I.Kom

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



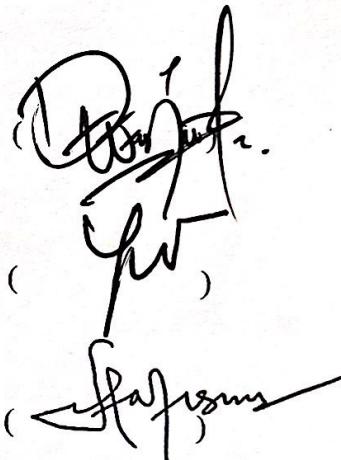
Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul **“Strategi Konten Kreator Dalam Meraih Engagement di Sosial Media pada Channel Youtube Selontok Fish Official”** disusun oleh **“Sahdan”** telah dipertahankan didepan Komisi Penguji pada hari Senin , 26 Februari 2024 .

Komisi Penguji

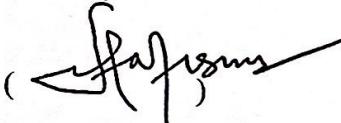
1. Ketua : Dwi Maharani M.I.Kom



2. Anggota : Prof.Hj.Isnawijayani, M.Si.,Ph.D



3. Anggota : Dr. M. Hafizni M.I.Kom



Menyetujui,

Palembang, Juni 2023

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma



Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sahdan

NIM : 191910045

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan Dosen Pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke Internet sehingga dapat di akses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku .

Palembang, 06 April 2024

Yang membuat pernyataan,



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi konten Selontok Fish Official dalam mencapai engagement di media sosial, khususnya di *Channel YouTube* mereka. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menginvestigasi objek secara alamiah, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Teknik analisis menggunakan Analisis SWOT dan Model IPPAR, dan analisis data bersifat induktif. Penelitian ini terfokus pada strategi konten, khususnya penggunaan bahasa Palembang, serta mengatasi kendala produksi dengan solusi inovatif. Kesimpulan menyoroti kesuksesan tim kreatif Selontok Fish Official yang bermula dari usaha individu, visi dalam bahasa Palembang, dan upaya promosi kekayaan budaya setempat. Dengan harapan untuk terus berkembang, meraih prestasi lebih tinggi, dan memberikan manfaat ekonomi bagi tim dan komunitas, penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan di ranah konten kreatif dapat menciptakan dampak positif yang luas.

**Kata Kunci:** konten kreator, *engagement*, Bahasa Palembang, *SWOT*, Model IPPAR

## ***ABSTRACT***

*This research aims to reveal the content strategy of Selontok Fish Official in achieving engagement on social media, particularly on their YouTube channel. Employing a qualitative approach, the study investigates the object naturally, with the researcher serving as the primary instrument. The analysis techniques involve SWOT Analysis and IPPAR Model, and the data analysis is inductive. The research focuses on content strategy, especially the use of the Palembang language, and overcoming production constraints with innovative solutions. The conclusion highlights the success of the creative team Selontok Fish Official, originating from individual efforts, their vision in the Palembang language, and efforts to promote local cultural richness. With hopes for continuous growth, achieving higher milestones, and providing economic benefits to the team and community, this research demonstrates that success in the creative content realm can generate a broad positive impact.*

**Keyword:** content creator, engagement, palembang language, SWOT, IPPAR Model

## MOTTO

***“Dum spiro, spero. Nulla tenaci invia est via”***

"Selama saya masih bernapas, saya tetap berharap. dan Bagi orang yang mau berjuang, tidak ada badai yang tidak bisa diterjang."

## PERSEMPAHAN

**Pertama Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri,** Atas nama keringat dan tangis berserta semangat dan tekad yang kuat, terima kasih untuk diri saya yang telah bertahan sejauh ini menahkodai kapal yang menerjang ombak disetiap pelabuhan pergantian semester, sampai akhirnya tubuh ini telah menuju di titik terakhir dengan rasa bangga dan suka cita.

**Kedua Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri,** yang telah dilahirkan dari kedua orang tua hebat yang biasa Saya sapa Emak dan Abah. Tentu, ucapan terima kasih dan imbalan apapun itu tidak bisa membalas jasa mereka, namun dari hati yang paling dalam, hanya kalimat biasa inilah yang dapat saya haturkan. Terima Kasih Emak dan Abah, bangga mempunyai kalian.

**Ketiga Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri,** telah memiliki tubuh begitu kuat mewarisi tubuh seorang Abah yang terlahir dengan tulang bak baja, sehingga Saya bisa membayai kuliah atau Pendidikan Saya sendiri sejauh ini tanpa merepotkan siapapun. Terima kasih untuk Indomaret, Transmart, Shopee Ekspress, Panche Hub, Pempek Honey, PT.Konakami Digital Indonesia, serta berbagai *Client Endorsment* yang memakai jasa saya sebagai Konten Kreator sehingga saya bisa sampai dititik saat ini.

**Keempat Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri**, telah belajar banyak di bangku perkuliahan ini. Tentunya berkat jasa Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma. Terlebih saya ucapan terima kasih kepada Dosen Pembimbing saya, Ibu Dwi Maharani M.I.Kom yang telah membimbing dan membantu proses dalam penyelesaian Skripsi ini.

**Kelima Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri**, yang telah melalui seleksi alam dalam pertemanan, namun satu hal yang pasti, terima kasih untuk kalian teman-teman Komik Fikom, teman-teman Angkatan 2019, teman-teman KKNT, teman-teman nongkrong, teman-teman dalam dunia pekerjaan, terlebih untuk Tim Divisi Media Konakami, dan juga untuk teman-teman yang hanya tegur sapa ataupun untuk kalian yang saya sering lupa nama nya, terima kasih kalian.

**Keenam Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri**, yang sudah memanfaatkan benda-benda mati menjadi alat bantu untuk menyelesaikan perkuliahan ini, entah milik saya pribadi ataupun meminjam dari teman dan keluarga. Terima kasih Motor Mio GT Orange, Laptop Acer butut, Laptop Lenovo Thinkpad Tempur Perang Dunia II, Macbook Pro M1 Radenmuhammad, Ipad genX Konakami, serta Grup Whatsapp yang saya buat sendiri dan dinamai “Skripsi Nanang”, terima kasih.

**Ketujuh Terima Kasih Untuk Diri Saya Sendiri**, karena telah mendapatkan Wanita yang menemani dan membantu Saya dalam meyelesaikan Skripsi ini. Terlebih Wanita ini telah menjadi Alasan sekaligus penyemangat saya semasa menempuh dunia Pendidikan S1 ini. *Well*, terima kasih **Nadiyah Oktaviani** telah mewarnai perkuliahan saya.

**Kedelapan, Bukan Terima Kasih Untuk Diri Saya, Tapi Untuk ALLAH SWT,**

**Tuhan Yang Maha Esa.** Tidak ada alasan apapun itu tanpa berkat-Nya, tidak ada 7 point terima kasih diatas. Terima kasih telah melancarkan apa yang saya tuju, terima kasih atas perlindungan-Nya, terima kasih atas jalan yang telah Engkau beri. Terima kasih Ya Allah.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



### **Data Pribadi**

Nama	:	Sahdan
Tempat & Tanggal Lahir	:	Muara Telang, 29 September 1999
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Agama	:	Islam
Status	:	Belum Menikah
Kebangsaan	:	Indonesia
Alamat	:	Jln. KH.Azhari Lr.Sentosa Jaya Palembang

### **Pendidikan Formal**

2019 – 2024	:	Universitas Bina Darma Palembang
2015 – 2017	:	SMK Muhammadiyah 2 Palembang
2012 – 2015	:	SMP Negeri 30 Palembang
2006 – 2012	:	MI Assegaf Palembang

### Pendidikan Non Formal

- 2023 : Sertifikasi Digital Marketing di Lembaga Independen Badan Nasional Sertifikasi Profesi.
- 2024 : Test TOEFL di Universitas Bina Darma.
- 2024 : Test Psikotes di Universitas Bina Darma.

### Pelatihan dan Seminar

1. Webinar “*Broadcasting: A Road Map to New Era of Broadcasting*”
2. Webinar “*Jurnalistik: New Media Pada Era Pandemi dan Jurnalistik Era New Normal*”
3. Webinar “*Public Relation & Marketing: Reorientasi Paradigma Marketing dan Public Relations Pasca Pandemic COVID 19*”
4. Seminar “*Ngobrol Cantik 5.0 Revolusi Jurnalistik di Era New Normal*”
5. Webinar “*How to be a Content Creator*”
6. Seminar “*Basi (Ayo Bincang Radio Bareng Komunikasi)*”
7. Bina Darma *Conference Online* (Zoomminar) dengan tema “ *The Synergy of Science and technology Innovation For Sustainable Development Global*”
8. Webinar “*COC: Communication On Career*”
9. Webinar “*Elevate Your Communication Skills in Work 4.0 Era*”
10. Webinar “*How to Build Your Personal Branding During Pandemic Professionally*”
11. Webinar “*Food Photography: How to Make Your Snapshots become Great Shots?*”

12. Webinar “*Introduction to Podcasting*”
13. Webinar “Pengaruh Media Mainstream dalam Penguatan Strategi Kehumasan di Era Pandemi”
14. Workshop Nasional Humas “Peluang dan Tantangan Humas di Era *Society 5.0*”
15. Seminar jurnalistik “*The Challenge of being a Journalist*”

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrohmatullahi Wabarokaatuh.

Alhamdulillahi robbilalamiin, puji dan syukur kami panjatkan atas kehadirat Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian dengan judul **“Strategi Konten Kreator Dalam Meraih Engagement di Sosial Media pada Channel Youtube Selontok Fish Official”** Tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Penelitian masih jauh dari kata sempurna, berbagai kendala yang di hadapi mulai dari pengajuan Judul hingga dengan penyelesaian Proposal ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan Proposal Penelitian.

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Sehingga Proposal ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Dalam pelaksanaan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat dan bimbingan kerja sama dari berbagai pihak yaitu kepada:

1. Ibu Dr.SundaAriani, M.Pd.,MM Selaku Rektor Universitas Bina Darma
2. Bapak Nuzsep Almigo,M.Sc.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora
3. Ibu Dr. Desy Misnawati,S.Sos.,M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

4. Ibu Dwi Maharani M.I.Kom Selaku Pembimbing penelitian yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian proposal penelitian ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang
6. Orang Tua penulis serta keluarga besar yang telah memberikan doa, nasehat, arahan, semangat, kesabaran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan
7. Nadiyah Oktaviani selaku pacar penulis yang selalu membantu dan mendukung dalam peoses mengerjakan penelitian ini.
8. Serta tentunya penulis ucapan terima kasih dan rasa bangga terhadap diri sendiri . Atas nama keringat dan tangis berserta semangat dan tekad yang kuat, Penulis telah bertahan sejauh ini menahkodai kapal yang menerjang ombak di setiap pelabuhan pergantian semester, sampai akhirnya Penulis telah menuju di titik terakhir yaitu penulisan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah di berikan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih penulis menyadari bahwa laporan ini masih kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas kekurangan dalam pembuatan laporan. Semoga laporan ini berguna bagi semua pembaca.  
Wassalamualaikum Warrohmatallahi Wabarokaatuuh

Palembang, 06 April 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
1.5 Ruang Lingkup .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kerangka Teoritis .....	12
2.2.1 Model IPPAR.....	12
2.2.2 Tahap Produksi Konten .....	15
2.2.2.1 Pra-Produksi.....	15
2.2.2.2 Produksi .....	16

2.2.2.3 Pasca-Produksi .....	16
2.2.3 Teknik Analisis SWOT.....	18
2.2.3.1 <i>Strengths</i> (Kelebihan).....	19
2.2.3.2 <i>Weaknesses</i> (Kelemahan) .....	19
2.2.3.3 <i>Opportunities</i> (Peluang) .....	20
2.2.3.4 <i>Threats</i> (Ancaman).....	20
2.2.4 <i>New media</i> .....	21
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
2.3.1 Komunikasi Massa.....	23
2.3.2 <i>Engagement</i> .....	24
2.3.3 Media Sosial.....	25
2.3.4 <i>Youtube</i> .....	27
2.3.5 Konten Kreator .....	28
2.3.6 Selontok Fish Official .....	28
2.4 Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Metode Penelitian.....	31
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	31
3.2.1 Subjek Penelitian.....	32
3.2.2 Objek Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data .....	33
3.3.1 Data Premier .....	33
3.3.2 Data Premier .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4.1 Observasi .....	35
3.4.2 Wawancara.....	36
3.4.3 Dokumentasi .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.5.1 Reduksi Data.....	38
3.5.2 Penyajian Data .....	38
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	39

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Profil Selontok Fish Official .....	40
4.1.1 Sejarah Selontok Fish Official.....	40
4.1.2 Visi Misi Selontok Fish Official.....	45
4.1.3 Profil Selontok Fish Official.....	47
4.1.4 Karateristik Informan.....	49
4.2 Model IPPAR .....	58
4.2.1 <i>Insight</i> .....	58
4.2.2 Program <i>Strategic</i> (Strategi) .....	60
4.2.3 Program <i>Implementation</i> (Implementasi Program) .....	64
4.2.4 <i>Action</i> (Tindakan) .....	64
4.2.5 <i>Reputation</i> (Reputasi) .....	66
4.3 Tahap Produksi Konten Selontok Fish Official .....	67
4.3.1 Pra-Produksi.....	68
4.3.2 Produksi .....	69
4.3.3 Pasca-Produksi.....	70
4.4 Analisis SWOT .....	72
4.4.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	73
4.4.2 <i>Weaknesses</i> (Kelemahan) .....	76
4.4.2.1 Kelemahan Selontok Fish Official .....	76
4.4.2.2 Solusi Kelemahan Selontok Fish Official .....	79
4.4.3 <i>Opportunities</i> (Peluang).....	82
4.4.4 <i>Threats</i> (Ancaman) .....	84
4.5 Harapan Selontok Fish Official .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	32

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 (Akun <i>Channel Youtube</i> Selontok Fish Official).....	29
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 4.1 Akun <i>Channel Youtube</i> Selontok Fish Official) .....	47
Gambar 4.2 Profil Instagram Muhammad Iqbal .....	50
Gambar 4.3 Profil Instagram Muhammad Faisal Reza .....	53
Gambar 4.4 Profil Instagram Muhammad Romadon.....	55
Gambar 4.5 Insight Akun <i>Youtube</i> Selontok Fish Official .....	60
Gambar 4.6 Statistik Akun <i>Youtube</i> Selontok Fish Official .....	63
Gambar 4.7 Proses Pra-Produksi <i>Reading Script</i> .....	68
Gambar 4.8 Proses Produksi <i>Shooting</i> .....	69
Gambar 4.9 Proses Produksi <i>Briefing</i> .....	70
Gambar 4.10 Proses Pra-produksi Editing Video .....	70
Gambar 4.11 Jangkauan Geografi Akun <i>Youtube</i> Selontok Fish Official .....	83
Gambar 4.12 Jangkauan Kota Akun <i>Youtube</i> Selontok Fish Official.....	84