

Abstrak

**STRATEGI KREATIF PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL:
“STUDI KASUS PADA TIM KREATIF MERAWAT JOGJA UNTUK
YOUTUBE PADA TAHUN 2018”**

Mochammad Guntur Djatmiko Putro

17/422359/PSP/06280

Komunitas Merawat Jogja yang memberikan sebuah tayang di Youtube yang berisikan tentang konten isu-isu sosial dan sisi lain dari kota Yogyakarta tidak jarang disana ada kritikan sosial yang memperlihatkan tentang “berubahnya” kota Yogyakarta pada tahun 2018. Permasalahan yang diangkat oleh penulis dalam penulisan ini adalah “Bagaimana Strategi Kreatif tim kreatif konten Youtube Merawat Jogja 2018?”. Tujuannya adalah memberikan pandangan dan masukan bagi tim Merawat Jogja untuk membuat sebuah konsep dan konten yang tepat di Youtube agar pesannya mampu diterima dengan baik oleh masyarakat Yogyakarta. Selain itu memberikan sebuah konsep strategi yang tepat dalam pembuatan konten youtube kedepannya nanti. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman dengan pendekatan kualitatif untuk mengkaji permasalahan diatas. Wawancara akan dilakukan oleh penulis terhadap narasumber untuk mengumpulkan data primer. Data sekunder dilakukan dengan observasi, studi pustaka baik itu dari buku - buku, dan situs internet yang relevan dengan focus permasalahan. Maka konten Youtube bersifat seperti jarum suntik yang dapat mempengaruhi penonton yang nantinya diukur sejauh mana penonton menyadari, memahami, dan menerima isi video yang diunggah oleh tim Merawat Jogja.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Konten, Youtube, Tim Kreatif, Merawat Jogja.

Abstract

CREATIVE STRATEGY SOCIAL MEDIA CONTENT: "CASE STUDY ON THE CREATIVE TEAM OF MERAWAT JOGJA FOR YOUTUBE IN 2018"

Mochammad Guntur Djatmiko Putro

17/422359/PSP/06280

Komunitas Merawat Jogja that gives a content on Youtube that is based on social issues and the other side of Yogyakarta, is not uncommon there is social criticism that shows about the "change" of the city of Yogyakarta in 2018. The issue raised by the author in this writing is "How does the Creative Strategy for Youtube by Creative Team Merawat Jogja?" The goal is to provide a view and input for Merawat Jogja Team to create the right concept and content on Youtube for the message to be well received by the people of Yogyakarta. In addition, it provides a precise strategy concept in the creation of YouTube content in the future later. Technical analysis of data in this study uses interactive models of Miles and Huberman with a qualitative approach to examine the problems above. The interview will be conducted by the authors of the informant to collect the primary data. Secondary Data is done by observation, the study of the library is both from books, and Internet sites that are relevant to the focus of problems. So Youtube content is like a needle that can affect the audience that is later measured to the extent that the viewer realizes, understands, and receives the content of the video uploaded by Merawat Jogja Team.

Keywords: *Creative Strategy, Content, Youtube, Creative Team, Merawat Jogja*