



**STRATEGI KONTEN KREATOR KULINER DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH *SUBSCRIBER* dan *VIEWER***

**(Studi Kasus Pada *Youtube Channel Enjoyaja*)**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Bidang Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Disusun Oleh :  
NOFRI ERIYANTO  
44114110121

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Broadcasting  
Nofri Eriyanto  
44114110121

Strategi Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber dan Viewer. (Studi Kasus Pada YouTube Channel Enjoyaja)

Jumlah Halaman : 96

Bibliografi : 32 Acuan 1981 – 2019, 5 Artikel

### ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi pada saat ini membuat masyarakat menjadi masyarakat informasi. Informasi didapat melalui internet dengan mengakses media sosial terutama YouTube dengan menggunakan ponsel pintar. YouTube merupakan situs yang banyak dikunjungi oleh manusia di seluruh dunia untuk mencari informasi berbentuk video yang kini dilakukan oleh para konten kreator.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis strategi konten kreator kuliner, khususnya akun Enjoyaja dalam meningkatkan *subscribers* dan *viewers* di YouTube dengan menggunakan strategi komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh konten kreator kuliner khususnya akun Enjoyaja untuk meningkatkan *subscriber* dan *viewer* di YouTube. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi Enjoyaja dalam meningkatkan *subscriber* dan *viewer* di YouTube.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Enjoyaja dalam meningkatkan *subscriber* dan *viewer* yaitu konsistensi dalam mengupload video dan terjadwal, memberikan konten yang berkualitas kepada penonton, *engagement* yang erat dengan para penonton di YouTube dan akun media sosial lainnya, membuat promosi yang menarik perhatian para penonton, dan mengerti sistem algoritma YouTube.

Kata Kunci: Strategi, Konten Kreator, YouTube, Enjoyaja, *Subscriber* dan *Viewer*.



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu**  
**Komunikasi Bidang Studi**  
**Broadcasting Nofri**  
**Eriyanto 44114110121**

## **ABSTRACT**

Nowadays development of technology makes the community become an information society. Information is obtained through the internet by accessing social media, especially YouTube by using smart phones. YouTube is a site that is visited by many people all over the world to find information in the form of videos which now is created by content creators.

This research was conducted to find out and analyze the strategy of the culinary content creator, specifically Enjoyaja's account to increase subscribers and viewers on YouTube by using communication strategy. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The research method that used is a case study by conducting in-depth interviews with informants.

The results of this study is discuss the communication strategies undertaken by culinary content creator, especially Enjoyaja accounts, to increase subscribers and viewers on YouTube. Therefore, researcher could get the conception of Enjoyaja's strategy to increase subscribers and viewers on YouTube.

This study concludes that the communication strategy undertaken by Enjoyaja to increase subscriber and viewer is consistency in uploading videos and it also be scheduled, delivering good quality content to the audience, close engagement with the audience on YouTube and other social media accounts, creating promotions that attract the attention of the audiences, and understanding of YouTube's algorithmic system.

**Keywords:** Strategy, Content Creator, YouTube, Enjoyaja, Subscriber and Viewer.

**Kata Kunci:** Strategi, Konten Kreator, YouTube, Enjoyaja, *Subscriber* dan *Viewer*.



## LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nofri Eriyanto

NIM : 44114110121

Judul Skripsi : Strategi Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber dan Viewer. (Studi Kasus Pada Youtube Channel Enjoyaja)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan asli saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari dapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis dan skripsi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 2 Maret 2020

Yang Membuat Pernyataan

1000  
Rp  
METERAI  
TEMPEL  
748A0AJX737015472

**Nofri Eriyanto**

**NIM. 44114110121**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Strategi Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah *Subscriber* dan *Viewer* (Studi Kasus Pada YouTube Channel Enjoyaja)**

Nama : Nofri Eriyanto

NIM : 44114110121

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 7 Maret 2020

Ketua Sidang,

Drs. Riswandi, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

(.....)

Pembimbing I

Rika Yessica Rahma, M.Ikom

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Strateg Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah  
*Subscriber* dan *Viewer* (Studi Kasus Pada YouTube Channel  
Enjoyaja)  
Nama : Nofri Eriyanto  
NIM : 44114110121  
Bidang Studi : Broadcasting  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 09 Maret 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

**Ketua Bidang Studi Broadcasting**

(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si )

UNIVERSITAS

**Dekan Fakultas Komunikasi**

(Ponce Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

**Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi**

(Dr. Farid Hamid, M.Si )



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Judul** : Strategi Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah  
Subscriber dan Viewer. (Studi Kasus Pada YouTube Channel  
Enjoyaja  
**Nama** : Nofri Eriyanto  
**NIM** : 44114110121  
**Fakultas** : Ilmu Komunikasi  
**Bidang Studi** : Broadcasting

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 26 Februari 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan segala rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Konten Kreator Kuliner Dalam Meningkatkan Jumlah Subscriber dan Viewer. (Studi Kasus Pada YouTube Channel Enjoyaja)” ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dan prasyarat mendapatkan gelar S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan mengingat terbatasnya kemampuan penulis, namun berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa, serta pengarahan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan bersama. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom selaku dosen pembimbing, terima kasih untuk bimbingan skripsi yang sangat membantu dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM. selaku ketua program studi Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta.



3. Kedua orang tua saya yang selalu mendidik, melindungi dan mendoakan saya dengan kasih sayang yang tidak terhingga dan tidak ternilai dengan apapun, serta mendukung saya dalam hal materi maupun non materi.
4. Semua dosen-dosen Fikom yang dengan senang hati membagi ilmunya kepada penulis dari awal semester hingga akhir semester ini.
5. Teman-teman yang terkasih seangkatan dan seperjuangan yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



Jakarta, 2 Maret 2020

Penulis

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Aspek Teoritis/ Akademis.....	8
1.4.2. Aspek Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Komunikasi.....	16
2.3. Komunikasi Massa.....	18
2.3.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	18
2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa.....	19
2.4. Strategi.....	21
2.5. Strategi Komunikasi.....	23
2.6. Komponen-Komponen Strategi Komunikasi.....	23

2.7. Media Baru (Digital).....	24
2.8. Website .....	25
2.9. Media Sosial .....	26
2.10. YouTube.....	28
2.11. Subscriber.....	29
2.12. Viewer.....	29
2.13. Audiens .....	29
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Paradigma .....	32
3.3. Metode Penelitian .....	34
3.4. Subjek Penelitian .....	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1. Data Primer .....	39
3.5.2. Data Sekunder.....	41
3.6. Teknik Analisa Data.....	41
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan data.....	42
BAB IV .....	43
PEMBAHASAN .....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Enjoyaja .....	43
4.1.2 Visi, Misi dan Coverage Area.....	46
4.1.2.1 Visi.....	46
4.1.2.2 Misi .....	46
4.1.2.3 Coverage Area.....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Strategi Komunikasi Enjoyaja .....	56
4.3 Penyajian Data .....	75
4.3.1 Analisi dan Riset.....	75
4.3.2 Permusuan Kebijakan .....	77
4.3.3 Perencanaan Program Kegiatan .....	79

4.3.4 Umpan Balik .....	80
4.3.5 Evaluasi.....	81
4.3.6 Komponen-Komponen Strategi Komunikasi.....	83
4.3.6.1 Khalayak .....	83
4.3.6.2 Tema.....	83
4.3.6.3 Event dan Media .....	84
4.4 Pembahasan.....	84
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	89
5.2.1 Saran Akademis .....	89
5.2.2 Saran Praktis .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	94
CURICULUM VITAE.....	110



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data statistik perkembangan akun YouTube Enjoyaja .....	6
Table 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis .....	13



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Video pertama Enjoyaja .....	44
Gambar 4.2 Video kuliner ertama Enjoyaja.....	45
Gambar 4.3 Logo Enjoyaja .....	46
Gambar 4.4 peningkatan pengunjung YouTube .....	49
Gambar 4.5 perbandingan peningkatan penonton YouTube di Asia tenggara .....	50
Gambar 4.6 diagram pengunjung YouTube di Indonesia .....	50
Gambar 4.7 peningkatan konten yang ada di YouTube.....	51
Gambar 4.9 halaman utama akun Enjoyaja di YouTube .....	60
Gambar 4.10 statistik jumlah penonton dari berbagai Negara.....	61
Gambar 4.12 Playlist kuliner Legendaris.....	64
Gambar 4.14 berbagai segmen yang di buat Enjoyaja.....	65
Gambar 4.15 menunjukkan judul yang menarik.....	67
Gambar 4.16 sumber penonton dari <i>platform</i> lain .....	71
Gambar 4.1 Video pertama Enjoyaja .....	44
Gambar 4.2 Video kuliner ertama Enjoyaja.....	45
Gambar 4.3 Logo Enjoyaja .....	46
Gambar 4.4 peningkatan pengunjung YouTube .....	49
Gambar 4.5 perbandingan peningkatan penonton YouTube di Asia tenggara .....	50
Gambar 4.6 diagram pengunjung YouTube di Indonesia .....	50
Gambar 4.7 peningkatan konten yang ada di YouTube.....	51
Gambar 4.9 halaman utama akun Enjoyaja di YouTube .....	60
Gambar 4.10 statistik jumlah penonton dari berbagai Negara.....	61
Gambar 4.12 Playlist kuliner Legendaris.....	64
Gambar 4.14 berbagai segmen yang di buat Enjoyaja.....	65
Gambar 4.15 menunjukkan judul yang menarik.....	67
Gambar 4.16 sumber penonton dari <i>platform</i> lain .....	71