

Skripsi Raditya Wardhana

by Raditya Wardhana

Submission date: 20-Jun-2024 03:02PM (UTC+0700)

Submission ID: 2405678262

File name: LULUSSSSSSS_FIXXX_TAHUN_INI_Raditya_Wardhana.pdf (759.18K)

Word count: 8460

Character count: 57311

Pemanfaatan Youtube Oleh Komunitas Bigetron Esports Dalam Meningkatkan Popularitas Dan Partisipasi Masyarakat

4
SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Raditya Wardhana

NBI. 1152000174

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

BAB I

5

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan pesat inovasi teknologi telah mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam berbagai cara, termasuk domain yang menarik dan olahraga. Pertumbuhan esports, atau kompetisi hiburan video profesional, menarik. Esports telah berkembang menjadi industri besar dengan pengikut global, termasuk orang Indonesia.

Berdasarkan kombinasi refleksi subyektif dan obyektif, peneliti menjadi tertarik pada topik ini. Secara subyektif, karena esports adalah keajaiban yang sebagian besar modern dan berkembang pesat, para ahli ingin tahu lebih banyak. Orang yang lebih muda lebih tertarik pada esports, jadi belajar lebih banyak tentangnya sangat menarik.

Selain obyektif, minat para peneliti berasal dari kenyataan bahwa esports telah berkembang menjadi industri yang menguntungkan yang menarik berbagai mitra, termasuk media, dukungan, dan pakar keuangan. Esports tampaknya memiliki potensi finansial yang sangat besar dan potensi untuk menguntungkan berbagai industri.

Aspek yang menarik dari industri esports adalah cara media sosial, khususnya YouTube, mempromosikan kerja sama terbuka dan meningkatkan di mana-mana. YouTube digunakan oleh komunitas esports seperti Bigetron Esports untuk mempromosikan tim, pemain, dan basis penggemar mereka.



Gambar 1.1. Logo Team Bigetron Esports

Mencari tahu bagaimana komunitas Bigetron Esports menggunakan YouTube untuk meningkatkan kesadaran dan minat publik terhadap eSports adalah tujuan utama dari penelitian ini. Mengingat perkembangan terbaru dalam teknologi digital, ini adalah topik yang signifikan dan relevan dan dapat membantu memperjelas peran yang dimainkan media sosial dalam industri esports.

Perkembangan internet dan teknologi informasi memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, khususnya di bidang hiburan dan olahraga elektronik (esports). Salah satu game esports yang paling banyak dimainkan saat ini adalah PUBG Mobile. Naiknya PUBG Mobile menjadi terkenal dibantu oleh munculnya Bigetron Esports dan komunitas esports lainnya.

Bigetron Esports merupakan komunitas esports profesional Indonesia yang berdiri sejak tahun 2018. Bigetron secara teratur menyiarkan informasi di YouTube, platform jejaring sosial, termasuk cuplikan dari pertandingan, tips & taktik, dan kehidupan anggota tim. Konten ini membuat banyak penggemar tertarik, yang mengangkat profil Bigetron Esports dan PUBG Mobile Esports secara keseluruhan.

Perumahan Taman Pondok Legi III merupakan salah satu perumahan Kota Sidoarjo yang sebagian besar penghuninya berasal dari kalangan menengah ke bawah. Banyak remaja dan orang muda mulai menunjukkan minat dan mulai kompetitif bermain e-sports seperti PUBG Mobile karena mereka tinggal di gedung apartemen. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana komunitas esports Bigetron menggunakan YouTube dalam upaya meningkatkan popularitas dan keterlibatan komunitas esports PUBG Mobile di perumahan Taman Pondok Legi III.



Gambar 1.2. Player PUBG Mobile Bigetron Esports

Teknologi digital telah berkembang pada tingkat yang lebih cepat baru-baru ini. Dua aspek utama kehidupan kita yang telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari teknologi adalah olahraga dan hiburan. Salah satu tren yang paling menarik adalah munculnya kompetisi video game profesional, atau esports.

Studi ini menyelidiki cara-cara di mana komunitas esports menggunakan situs media sosial seperti YouTube untuk meningkatkan popularitas dan perhatian publik. Hal ini sejalan dengan tujuan mata kuliah Ilmu Komunikasi, yaitu mengkaji media baru dan komunikasi digital. Bigetron Esports, salah satu tim esports terbaik di Indonesia, dipilih untuk studi ini karena menggunakan YouTube untuk mempromosikan pemain, tim, dan interaksi penggemar.

Studi ini juga meneliti hubungan antara strategi ini dan meningkatnya popularitas dan keterlibatan masyarakat. Misalnya, apakah tampilan, langganan, dan interaksi Anda (suka, komentar, berbagi) meningkat? Orang-orang juga lebih sering mengambil bagian dalam kompetisi e-sports dan acara offline, yang berkontribusi pada pertumbuhan komunitas game Indonesia.

Fakta bahwa media sosial YouTube telah berkembang menjadi alat yang signifikan untuk pemasaran dan komunikasi digital membuat penelitian ini signifikan. Dengan mempelajari strategi komunikasi digital yang efektif, komunitas esports dan bisnis terkait dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan popularitas, keterlibatan, dan partisipasi komunitas.

Menurut penelitian ini, Roadmap Program Penelitian Komunikasi berusaha untuk informasi lebih lanjut tentang fenomena komunikasi digital yang telah berkembang di masyarakat serta media baru dan penelitian komunikasi digital. Dengan memberikan sudut pandang baru, hasilnya bertujuan untuk penelitian ilmu komunikasi lebih lanjut dalam konteks media sosial dan industri esports.

1.2. FOKUS PENELITIAN

- 1. Strategi Konten:** Temukan hal-hal menarik seperti apa, seperti vlog, highlight pertandingan, dan pelajaran, yang diproduksi Komunitas Bigetron di YouTube. Selain itu, Anda ingin melihat strategi promosi

yang digunakan untuk menarik lebih banyak pemirsa dan meningkatkan interaksi.

2. **Interaksi dengan Penggemar:** Kenali interaksi yang terjadi di YouTube antara Komunitas Bigetron dan pengikutnya, termasuk komentar yang ditinggalkan, acara yang dihadiri secara langsung, dan kolaborasi dengan penggemar atau influencer.
3. **Pengaruh terhadap Popularitas:** Analisis efek penggunaan YouTube terhadap perkembangan channel Bigetron Community, jumlah subscriber, views per video, engagement rate, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi sejauh mana penggemar memuja tim eSports ini.
4. **Partisipasi Masyarakat:** Periksa bagaimana penggunaan YouTube oleh Komunitas Bigetron memengaruhi partisipasi komunitas dalam kegiatan terkait eSports seperti dukungan tim, kehadiran di acara, dan pertumbuhan basis penggemar yang bersemangat.

1.3. PERTANYAAN PENELITIAN

1. Bagaimana strategi konten yang digunakan oleh Komunitas Bigetron eSports di YouTube untuk meningkatkan popularitas mereka di kalangan penggemar eSports?
2. Sejauh mana interaksi aktif Komunitas Bigetron dengan penggemar melalui YouTube berkontribusi terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan eSports?
3. Bagaimana efektivitas penggunaan fitur-fitur khusus YouTube, seperti live streaming dan kolaborasi dengan influencer, oleh Komunitas Bigetron dalam memperluas jangkauan dan menarik audiens baru?
4. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi persepsi penggemar terhadap konten yang dipublikasikan oleh Komunitas Bigetron di YouTube, dan bagaimana hal ini mempengaruhi tingkat keterlibatan penggemar?

6

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. **Menganalisis strategi** konten yang digunakan oleh Komunitas Bigetron eSports di YouTube untuk meningkatkan popularitas mereka di kalangan penggemar eSports.

2. Menilai dampak interaksi aktif Komunitas Bigetron dengan penggemar melalui YouTube terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan eSports.
3. Mengukur efektivitas penggunaan fitur-fitur khusus YouTube, seperti live streaming dan kolaborasi dengan influencer, oleh Komunitas Bigetron dalam memperluas jangkauan dan menarik audiens baru.

5

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat Teoritis

- Menambah pengetahuan tentang pemanfaatan youtube untuk kepopuleran esports.

Manfaat Praktis

- Memberikan informasi bagi komunitas esports agar bisa optimal memanfaatkan Youtube.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. MANFAAT PENELITIAN

Pemahaman kamu terhadap konteks riset yang ingin kamu lakukan terkait penggunaan YouTube oleh Bigetron eSports Community untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi publik dapat diperkuat dengan membaca narasi dari studi-studi sebelumnya. Garis besar kisah studi sebelumnya diberikan di bawah ini:

Judul Penelitian Terdahulu: "Strategi Pemasaran Digital Komunitas eSports melalui YouTube: Studi Kasus Komunitas Bigetron Esports"

Latar Belakang Penelitian Terdahulu:

Penelitian sebelumnya telah melihat strategi pemasaran digital yang digunakan oleh komunitas esports platform YouTube, yang juga dikenal sebagai komunitas Bigetron Esports. Penelitian kami sejauh ini difokuskan untuk memahami bagaimana komunitas Bigetron Esports menggunakan YouTube sebagai alat untuk membangun citra merek, meningkatkan basis penggemar, dan meningkatkan keterlibatan penggemar dalam acara eSports.

Metode Penelitian Terdahulu:

Pada penelitian kami menggunakan pendekatan kuantitatif. Metodologi yang digunakan meliputi analisis wawancara dengan anggota komunitas.

Hasil Penelitian Terdahulu:

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang dipikirkan dengan matang yang dilakukan melalui YouTube dapat meningkatkan popularitas dan keterlibatan penggemar komunitas eSports. Pemanfaatan fitur-fitur khusus YouTube oleh Komunitas Bigetron Esports, seperti live streaming, publikasi reguler, konten terkait, dan partisipasi aktif penggemar, telah berkontribusi pada keberhasilan strategi pemasaran digital mereka.

Implikasi dan Relevansi:

Sudut pandang penting tentang bagaimana komunitas esports dapat menggunakan YouTube secara efektif untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan disediakan oleh penelitian sebelumnya. Signifikansi

studi ini juga menyoroti betapa pentingnya mengintegrasikan preferensi dan permintaan penggemar dengan strategi pemasaran digital dalam industri yang berkembang pesat seperti esports.

Kami dapat mendukung narasi penelitian kami dengan mengutip studi sebelumnya, menyoroti lebih banyak detail, dan berkonsentrasi pada topik penggunaan YouTube oleh komunitas eSports, yang mencakup komunitas Bigetron.

Tabel Penelitian Terdahulu

NO.	Judul penelitian dan nama penelitian	Teori metode yang digunakan	Hasil dan Simpulan
1.	"Pemanfaatan Media Sosial YouTube dalam Meningkatkan Popularitas dan Engagement pada Komunitas Gaming" oleh Andi Pratama (2020)	Teori: Media Richness Theory, Uses and Gratifications Theory. Metode: Kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi	Hasil: Konten yang menarik, interaksi dengan penonton, dan kolaborasi dengan creator lain berperan penting dalam meningkatkan popularitas dan engagement komunitas gaming di YouTube. Simpulan: Pemanfaatan YouTube secara strategis dapat membantu membangun komunitas gaming yang solid dan populer.

2.	“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Industri Esports di Indonesia” oleh Reza Ardiansyah (2021)	Teori: Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu. Metode: Campuran (kualitatif dan kuantitatif) dengan wawancara, survei, dan analisis data.	Hasil: Strategi komunikasi pemasaran digital yang efektif meliputi konten menarik, kolaborasi influencer, promosi di media sosial, dan aktivasi merek offline. Simpulan: Industri esports harus memanfaatkan berbagai saluran digital dan offline untuk membangun awareness dan engagement masyarakat.
3.	“Peran YouTube dalam Membangun Komunitas Penggemar Esports di Indonesia” oleh Dina Rahmawati (2019)	Teori: Teori Komunitas Virtual, Teori Identitas Sosial. Metode: Kualitatif dengan studi kasus dan observasi partisipan.	Hasil: YouTube menjadi sarana penting bagi komunitas penggemar esports untuk berbagi informasi berinteraksi, dan membangun identitas bersama. Simpulan: YouTube memfasilitasi terbentuknya komunitas virtual penggemar esports yang kuat dan

			terikat secara emosional.
4.	"Strategi Konten YouTube untuk Meningkatkan Engagement pada Komunitas Gaming" oleh Budi Setiawan (2022)	Teori: Teori Engagement, Model Komunikasi Interaktif. Metode: Kualitatif dengan analisis konten dan wawancara mendalam.	Hasil: Konten yang menarik, konsisten, dan interaktif berperan penting dalam meningkatkan engagement penonton di YouTube. Simpulan: Strategi konten yang sesuai dengan preferensi target audiens dapat meningkatkan engagement dan membangun komunitas gaming yang loyal.
5.	"Peran Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness Tim Esports" oleh Fathur Rahman (2020)	Teori: Teori Brand Equity, Model Komunikasi Pemasaran Terpadu. Metode: Campuran (kualitatif dan kuantitatif) dengan survei, wawancara, dan analisis data.	Hasil: Media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter berperan penting dalam membangun brand awareness dan loyalitas penggemar terhadap tim esports. Simpulan: Strategi media sosial yang terintegrasi dan konsisten diperlukan untuk membangun brand

			equity yang kuat bagi tim esports.
--	--	--	------------------------------------

2.2. LANDASAN TEORI

1. Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan dan organisasi menggunakan berbagai saluran komunikasi pemasaran, termasuk hubungan masyarakat, periklanan, promosi, dan pemasaran langsung, untuk menjangkau audiens target mereka dengan pesan yang koheren dan menyeluruh. Menurut studi ini, Bigetron Esports dapat mengiklankan pemain, tim, dan event esports-nya dengan menggunakan YouTube sebagai saluran komunikasi pemasaran yang terintegrasi dengan media lain.
2. Teori Media Richness Teori ini menyatakan bahwa media komunikasi yang kaya, seperti video, dikatakan lebih berhasil daripada media yang buruk, seperti teks, dalam mengkomunikasikan informasi yang rumit dan ambigu. Untuk membantu Bigetron Esports lebih berhasil berkomunikasi dengan penonton, YouTube menawarkan platform untuk video informasi yang lebih dalam dan menawan.
3. Teori Komunitas Virtual Teori ini menjelaskan bagaimana komunitas dapat terbentuk dan berkembang di dunia maya, seperti di media sosial. Dengan memanfaatkan YouTube, Bigetron Esports dapat membangun dan memelihara komunitas virtual penggemar esports yang terikat secara emosional dan saling berinteraksi satu sama lain.
4. Teori Uses and Gratifications Teori ini berfokus pada alasan mengapa individu memilih media tertentu dan apa yang mereka harapkan dari media tersebut. Dengan memahami teori ini, Bigetron Esports dapat menyediakan konten di YouTube yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga dapat meningkatkan popularitas dan partisipasi.
5. Teori Difusi Inovasi Teori ini menjelaskan bagaimana sesuatu yang baru (dalam hal ini, esports) disebarkan dan diadopsi oleh

masyarakat. Dengan memanfaatkan YouTube, Bigetron Esports dapat menyebarkan informasi tentang esports kepada audiens yang lebih luas dan memfasilitasi adopsi esports di masyarakat.

2.2.1. TEORI ¹³

Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications)

Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu atau Integrated Marketing Communications (IMC) menjelaskan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menggabungkan berbagai saluran komunikasi pemasaran agar dapat menyampaikan pesan yang konsisten dan menyeluruh kepada target audiens mereka.

Menurut ide ini, ada banyak saluran komunikasi berbeda yang termasuk dalam komunikasi pemasaran, selain iklan. Saluran ini termasuk promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, penjualan pribadi, dan lain-lain. Bisnis dapat mengirim pesan yang lebih kuat, kohesif, dan sukses kepada audiens target mereka dengan mengintegrasikan semua platform komunikasi pemasaran ini.

Dalam kerangka penelitian ini, YouTube merupakan salah satu saluran komunikasi pemasaran yang dapat dimanfaatkan Bigetron Esports bersama dengan media lain, termasuk website, event offline, dan platform media sosial lainnya. Untuk mempromosikan tim, pemain, dan acara esports mereka, misalnya, mereka dapat membuat video YouTube. Video-video ini selanjutnya dapat dibagikan di platform media sosial lain atau dibahas pada pertemuan offline. Dengan demikian mereka dapat berkomunikasi dengan penggemar dan masyarakat umum secara komprehensif dan konsisten.

Bigetron Esports menggunakan Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu ini sebagai landasan integrasi YouTube dengan saluran komunikasi pemasaran lainnya dalam upaya untuk berhasil meningkatkan kesadaran dan minat publik terhadap esports. Bigetron Esports dapat berkomunikasi lebih efektif dan konsisten dengan

audiens yang lebih besar dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi.

2.2.2. TEORI B

2.2.3. Teori Media Richness

Teori Media Richness atau Kekayaan Media menjelaskan bahwa media komunikasi yang kaya (seperti video) lebih efektif dalam menyampaikan informasi yang kompleks dan ambigu dibandingkan dengan media yang lebih miskin (seperti teks).

Menurut hipotesis ini, media komunikasi diklasifikasikan menurut status keuangan mereka. Media yang kaya dapat mengkomunikasikan informasi secara lebih efektif karena menawarkan umpan balik langsung, memanfaatkan berbagai indikator, termasuk nada suara dan bahasa tubuh, dan memungkinkan penyampaian informasi yang dipersonalisasi dan mudah beradaptasi.

Media utama YouTube adalah video, menjadikannya platform media yang kaya. Dibandingkan dengan teks atau gambar diam, video dapat mengkomunikasikan informasi dengan cara yang lebih jelas, informatif, dan menawan. Selain itu, mengomentari video memungkinkan umpan balik pemirsa langsung melalui keterlibatan.

Menurut penelitian ini, Bigetron Esports dapat menginformasikan kepada publik tentang tim, pemain, dan acara esports mereka dengan memanfaatkan banyaknya media YouTube. Mereka memiliki kemampuan untuk menghasilkan konten video yang menarik, mengkomunikasikan informasi secara detail menggunakan berbagai metode visual dan aural, dan memfasilitasi partisipasi audiens melalui sistem komentar.

Bigetron Esports mampu meningkatkan minat dan popularitas publik terhadap esports dengan memanfaatkan banyaknya media YouTube untuk menyampaikan informasi tentang esports secara lugas dan menarik. Penelitian tentang bagaimana Bigetron Esports menggunakan kekayaan media

YouTube dalam strategi komunikasi mereka dimungkinkan oleh teori Media Richness.

2.3. LANDASAN KONSEPTUAL

Media Sosial dan Industri eSports

Studi sebelumnya telah menunjukkan peran penting yang dimainkan media sosial di sektor eSports. Komunitas eSports dapat menjangkau audiens yang besar, mendorong partisipasi, dan meningkatkan kesadaran merek melalui situs media sosial seperti YouTube, Twitch, dan lainnya. Komunitas eSports media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi dan tingkat keterlibatan pemirsa. Konten YouTube dalam Industri eSports

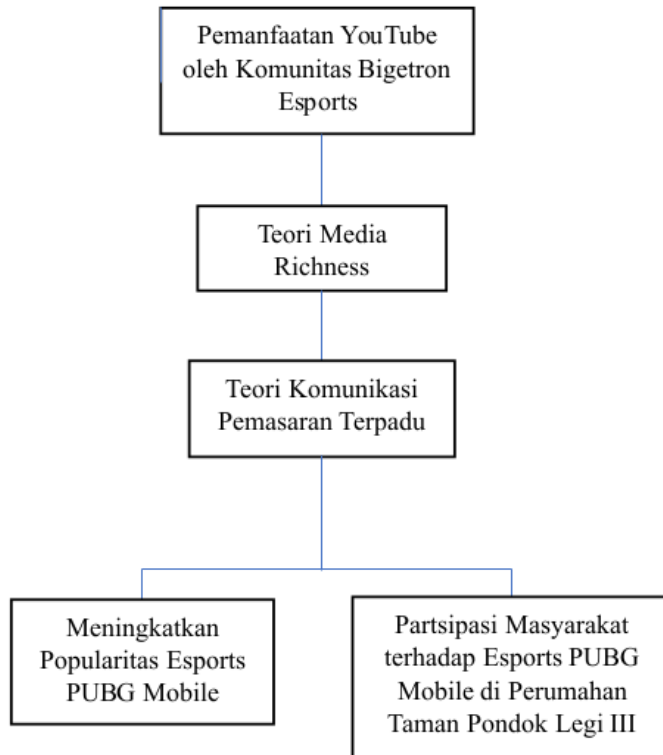
Konten YouTube terkait eSports, seperti profil pemain, video gameplay, dan sorotan, dapat memainkan peran penting dalam membangkitkan minat dan keterlibatan dari pemirsa. Popularitas dan keterlibatan komunitas dapat sangat dipengaruhi oleh cara komunitas YouTube untuk eSports memproduksi dan menyebarkan materi.

Strategi Pemanfaatan YouTube oleh Komunitas eSports

Untuk mencapai tujuan strategis mereka, komunitas eSports dapat memanfaatkan banyak fitur dan fungsi YouTube, termasuk streaming langsung, unggahan video, branding saluran, dan interaksi pengikut. Komunitas eSports dapat meningkatkan eksposur mereka, mengembangkan basis penggemar, dan mengiklankan acara dan barang dagangan mereka dengan memanfaatkan metode pemanfaatan YouTube yang efektif.

Kerangka konseptual ini akan menjadi landasan teori untuk analisis bagaimana Bigetron Esports menggunakan YouTube untuk meningkatkan minat dan popularitas publik terhadap kancah eSports Indonesia.

2.4. KERANGKA PEMIKIRAN



METODE PENELITIAN**3.1. PENDEKATAN PENELITIAN**

Studi ini menggunakan pendekatan metode campuran untuk sepenuhnya memahami bagaimana komunitas Bigetron menggunakan YouTube untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan publik di sektor esports. Spesifikasi metodologi studi adalah sebagai berikut:

1. Analisis Konten YouTube

Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis konten yang diunggah ke channel YouTube oleh komunitas Bigetron. Analisis konten ini mencakup berbagai aspek seperti: B. Jenis konten, gaya produksi, tema, narasi, kualitas visual, dan kesinambungan konten. Melalui analisis ini, pahami strategi konten yang digunakan komunitas Anda untuk menarik perhatian penggemar dan meningkatkan keterlibatan.

2. Wawancara

Wawancara dengan anggota komunitas dan manajer pemasaran memberikan wawasan mendetail tentang strategi penggunaan YouTube mereka.

3. Studi Kasus dan Benchmarking

Selain itu, akan dilakukan studi kasus yang membandingkan penggunaan YouTube oleh komunitas Bigetron dengan komunitas eSports lainnya yang memiliki popularitas dan partisipasi publik yang tinggi. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi manfaat dan tantangan yang dihadapi komunitas Bigetron dan mengidentifikasi praktik terbaik dalam menggunakan YouTube.

3.2. JENIS PENELITIAN**1. Penelitian Deskriptif Kualitatif**

Strategi konten komunitas Bigetron YouTube dianalisis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini membantu kami lebih memahami jenis konten, gaya produksi, tema, narasi, kualitas visual, dan kesinambungan konten yang

diunggah oleh komunitas. Analisis ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana komunitas Anda membangun keterlibatan penggemar dan memperkuat citra merek Anda.

3.3.

SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam konteks pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron eSports mencakup:

Anggota Komunitas Bigetron

Para anggota tim, manajer, dan staf yang terlibat dalam proses pengelolaan dan pembuatan konten untuk kanal YouTube Komunitas Bigetron.

Penggemar dan Pengikut Komunitas

Individu yang aktif mengonsumsi konten Komunitas Bigetron di YouTube dan terlibat dalam interaksi, seperti memberikan komentar, like, dan share, serta mengikuti kegiatan dan perkembangan komunitas di media sosial.

Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada aspek-aspek berikut terkait penggunaan YouTube oleh komunitas Bigetron yang semakin meningkat popularitas dan partisipasi komunitasnya

1. Komunitas Bigetron ESPORTS:

- Sumber pertama yang digunakan dalam penelitian.
- Data yang diperoleh dari wawancara dengan anggota tim Bigetron ESPORTS.

2. Perumahan Taman Pondok Legi III:

- Lokasi penelitian yang berfokus pada penggunaan YouTube oleh komunitas Bigetron ESPORTS untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat terhadap ESPORTS PUBG Mobile.

3. YouTube

- Platform media sosial yang digunakan oleh komunitas Bigetron ESPORTS untuk membagikan konten terkait ESPORTS PUBG Mobile.

4. Penggunaan YouTube oleh Komunitas Bigetron ESPORTS dalam Meningkatkan Popularitas dan Partisipasi Masyarakat:

Tujuan penelitian yang berupaya memahami bagaimana penggunaan YouTube oleh komunitas Bigetron ESPORTS meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat terhadap ESPORTS PUBG Mobile di Perumahan Taman Pondok Legi III.

Strategi Konten

Jenis konten, gaya produksi, tema, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh Komunitas Bigetron di YouTube.

Interaksi dengan Penggemar

Tingkat interaksi, responsivitas, dan kualitas interaksi antara Komunitas Bigetron dengan penggemar di platform YouTube dan media sosial terkait.

Persepsi Penggemar

Pendapat, preferensi, dan persepsi penggemar terhadap konten, interaksi, dan aktivitas Komunitas Bigetron di YouTube.

Faktor Pendukung dan Hambatan

Faktor internal dan eksternal yang mendukung atau menghambat penggunaan YouTube oleh komunitas Bigetron dan strategi untuk mengatasi kendala tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam tentang tren penggunaan YouTube komunitas Bigetron dan dampaknya terhadap popularitas dan keterlibatan komunitas di dunia esports dengan mendefinisikan topik dan subjek penelitian yang menyeluruh.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Beberapa pendekatan pengumpulan data akan digunakan untuk mengumpulkan informasi menyeluruh dan relevan mengenai penggunaan YouTube oleh Komunitas Bigetron untuk meningkatkan partisipasi dan popularitas publik di industri eSports. Ini adalah tekniknya:

1. Wawancara Mendalam

Melakukan wawancara mendalam adalah pendekatan yang berharga untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang taktik pemanfaatan YouTube yang digunakan oleh Komunitas eSports Bigetron untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi

publik di ranah eSports. Wawancara mendalam dengan anggota tim Komunitas Bigetron, manajer pemasaran, dan influencer/kolaborator yang terlibat dalam pembuatan konten YouTube dapat dilakukan dengan menggunakan contoh pertanyaan berikut:

Pertanyaan Umum:

- Bisakah Anda memberikan gambaran umum tentang peran dan tanggung jawab Anda dalam Komunitas Bigetron terkait konten yang diunggah di YouTube?
- Bagaimana proses pengambilan keputusan terkait jenis konten yang akan diunggah di kanal YouTube Komunitas Bigetron?
- Bisakah Anda bercerita tentang sejarah dan latar belakang komunitas Bigetron Esports?
- Bagaimana Bigetron Esports memulai memanfaatkan platform YouTube untuk mengembangkan komunitas dan meningkatkan popularitas?
- Bagaimana Bigetron Esports mengelola interaksi dan umpan balik dari penggemar di YouTube?

Tentang Strategi Konten:

- Apa yang menjadi fokus utama dalam strategi konten Komunitas Bigetron di YouTube untuk menarik perhatian penggemar dan meningkatkan interaksi?
1. Bagaimana Anda menilai keberhasilan atau efektivitas suatu konten berdasarkan respons dari penggemar?

Interaksi dengan Penggemar:

- Bagaimana Komunitas Bigetron berinteraksi dengan penggemar di platform YouTube, seperti menjawab komentar, mengadakan sesi tanya jawab, atau mengikuti tren dan meme terkini?
1. Apa yang menjadi tantangan utama dalam menjaga interaksi yang aktif dan positif dengan penggemar?

Kinerja dan Analisis:

- Bagaimana Anda mengukur kinerja atau keberhasilan konten yang diunggah di YouTube, misalnya berdasarkan jumlah penonton, tingkat retensi, atau interaksi?
1. Apa langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki atau mengoptimalkan kinerja konten yang kurang berhasil?

Strategi Promosi dan Monetisasi:

- Bagaimana Komunitas Bigetron mempromosikan konten YouTube mereka di luar platform YouTube untuk menjangkau lebih banyak penonton atau penggemar potensial?
1. Bagaimana pendekatan Komunitas Bigetron dalam memanfaatkan fitur-fitur monetisasi YouTube, seperti sponsor, iklan, atau fitur langganan?

Tantangan dan Kesempatan:

- Apa yang menjadi tantangan utama yang dihadapi Komunitas Bigetron dalam memanfaatkan YouTube untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat?
1. Apa peluang atau tren baru yang Anda lihat dalam industri eSports yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan penggemar melalui platform YouTube?

Pastikan untuk menyesuaikan pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan konteks dan permasalahan spesifik dari individu yang diwawancarai. Wawancara mendalam ini dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon/video call sesuai dengan ketersediaan dan preferensi responden. Selain itu, rekam hasil wawancara dan catat poin-poin penting yang dibahas untuk analisis lebih lanjut.

1. Observasi Partisipatif;

Metode observasi partisipatif akan digunakan untuk memahami secara langsung interaksi antara Komunitas Bigetron dengan penggemar di platform YouTube. Peneliti akan mengamati komentar, like/dislike, dan aktivitas interaktif lainnya sebagai bagian dari proses pengumpulan data terkait responsivitas komunitas terhadap penggemar.

Pada konteks penelitian ini, observasi partisipatif akan dilakukan dengan cara:

- Bergabung dalam komunitas Bigetron eSports, baik secara offline maupun online, untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dinamika internal komunitas dan interaksi dengan penggemar.
- Mengikuti proses produksi konten YouTube, mulai dari perencanaan, pembuatan, hingga pengunggahan video, agar dapat mengamati strategi dan praktik yang diterapkan Bigetron eSports.
- Berpartisipasi dalam live streaming dan interaksi langsung Bigetron eSports dengan pengikut di kanal YouTube, untuk melihat respons dan keterlibatan masyarakat.
- Terlibat dalam event-event yang diselenggarakan oleh Bigetron eSports, baik secara virtual maupun fisik, untuk mengetahui bagaimana komunitas ini memanfaatkan YouTube untuk mempromosikan dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

1. Analisis Data Sekunder

Data sekunder dari platform YouTube seperti jumlah penonton, tingkat interaksi, analisis performa konten, dan data demografis penggemar (jika tersedia) akan dianalisis untuk mendukung penelitian ini. Data dari sumber-sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan industri eSports juga akan digunakan untuk konteks dan pembandingan. Selain pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam, analisis konten YouTube, dan observasi partisipatif, penelitian ini juga akan memanfaatkan data sekunder untuk memperkaya analisis dan pemahaman.

Data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Dokumentasi perusahaan:
 - Laporan tahunan Bigetron eSports.
 - Materi presentasi dan publikasi resmi terkait strategi media sosial.
 - Dokumentasi kebijakan dan panduan pengelolaan kanal YouTube.
1. Literatur akademik:

- Jurnal penelitian sebelumnya yang mengkaji pemanfaatan media sosial dalam industri eSports.
 - Buku dan artikel ilmiah yang membahas tren dan praktik terbaik dalam memanfaatkan YouTube untuk tujuan bisnis dan branding.
2. Data industri dan pasar:
- Laporan dan studi mengenai perkembangan industri eSports di Indonesia.
 - Analisis tren dan statistik penggunaan YouTube di kalangan komunitas eSports.

Analisis terhadap data sekunder ini akan membantu peneliti untuk:

1. Memahami konteks industri eSports dan perkembangan terkini yang mempengaruhi strategi Bigetron eSports.
2. Mengetahui praktik terbaik dan tren dalam pemanfaatan YouTube oleh komunitas eSports di tingkat global.
3. Mengevaluasi posisi dan kinerja Bigetron eSports dalam memanfaatkan YouTube dibandingkan dengan kompetitor atau praktik industri.
4. Memperkuat temuan dan kesimpulan yang dihasilkan dari pengumpulan data primer.

Dengan mengkombinasikan data primer dan sekunder, penelitian ini akan mampu menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan akurat mengenai pemanfaatan YouTube oleh Bigetron eSports dalam meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat.

5. Analisis Konten

Metode analisis konten akan digunakan untuk menganalisis jenis konten yang diunggah oleh Komunitas Bigetron di YouTube, gaya produksi, tema yang diangkat, dan faktor-faktor kunci lainnya yang relevan dengan strategi pemanfaatan platform ini.

Dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data³, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Komunitas Bigetron memanfaatkan YouTube dan dampaknya terhadap popularitas serta partisipasi

masyarakat dalam dunia eSports. Metode ini juga memungkinkan untuk mendapatkan perspektif yang beragam dari berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem pemanfaatan YouTube dalam industri eSports.

Analisis Konten YouTube

Dalam penelitian ini, analisis konten YouTube akan menjadi salah satu metode pengumpulan data utama. Analisis ini akan difokuskan pada konten yang diunggah oleh Bigetron eSports di kanal YouTube resmi mereka.

Tujuan dari analisis konten YouTube adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang strategi dan praktik Bigetron eSports dalam memanfaatkan platform YouTube untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat. Berikut adalah beberapa aspek yang akan dikaji dalam analisis konten:

1. Jenis dan Topik Konten

Mengidentifikasi dan mengategorikan jenis konten yang diunggah, seperti gameplay, highlights, profil pemain, event eSports, dan lain-lain.

Menganalisis topik-topik yang dominan dalam konten Bigetron eSports di YouTube.

2. Frekuensi Unggahan

Mengevaluasi pola dan konsistensi unggahan konten oleh Bigetron eSports.

Mengamati apakah terdapat peningkatan atau penurunan frekuensi unggahan dari waktu ke waktu.

3. Interaksi dengan Pengikut

Menganalisis jumlah dan tren likes, komentar, dan berbagi (shares) pada setiap unggahan.

Menilai seberapa aktif Bigetron eSports dalam merespons dan berinteraksi dengan pengikut di kanal YouTube.

4. Metrik Kinerja

Mengevaluasi jumlah subscriber, jumlah tayangan (views), dan keterlibatan (engagement rate) di kanal YouTube Bigetron eSports.

Mengamati tren dan perubahan metrik kinerja dari waktu ke waktu.

5. Strategi Branding dan Promosi

Menganalisis penggunaan elemen-elemen branding, seperti logo, warna, dan gaya visual, dalam konten YouTube.

Menilai bagaimana Bigetron eSports memanfaatkan YouTube untuk mempromosikan event, produk, atau layanan mereka.

Melalui analisis konten YouTube yang komprehensif, penelitian ini akan dapat mengungkap strategi, praktik, dan dampak pemanfaatan YouTube oleh Bigetron eSports dalam upaya meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat.

23

3.4.1. Jenis Data (Primer dan Sekunder)

Data Primer:

Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli atau melalui pengalaman observasi dan interaksi langsung. Dalam konteks ini, beberapa contoh data primer yang dapat dikumpulkan adalah:

- Hasil survei yang dilakukan kepada penggemar dan pengikut Komunitas Bigetron di platform YouTube.
- Hasil wawancara mendalam dengan anggota tim Komunitas Bigetron yang terlibat dalam pembuatan konten di YouTube.
- Catatan dari observasi partisipatif selama acara live streaming atau konten interaktif Komunitas Bigetron di YouTube.

Wawancara dengan Anggota Komunitas Bigetron:

- Wawancara mendalam dengan anggota tim Komunitas Bigetron yang terlibat dalam pembuatan konten di YouTube. Pertanyaan-pertanyaan dapat menggali informasi tentang strategi konten, interaksi dengan penggemar, tantangan yang dihadapi, evaluasi performa konten, dan harapan terhadap pemanfaatan YouTube.

1. Rekaman Data Perilaku Penggemar:

- Data mengenai perilaku penggemar seperti waktu preferensi menonton, durasi penontonan, interaksi dengan konten, dan jenis-jenis konten yang paling diminati dapat

direkam atau dicatat selama survei, wawancara, atau observasi partisipatif.

2. Pengumpulan Data Kualitatif:

- Selain data kuantitatif, data primer juga dapat berupa tanggapan, pendapat, atau cerita dari responden atau subjek penelitian yang menggambarkan pengalaman dan perspektif mereka terhadap pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron.

18

Data Sekunder:

Data sekunder merujuk pada informasi yang telah ada sebelumnya dan dapat diakses dari sumber eksternal yang relevan. Dalam konteks ini, beberapa contoh data sekunder yang dapat digunakan adalah:

- Metrik dan statistik yang tersedia di kanal YouTube Komunitas Bigetron, seperti jumlah penonton, likes, comments, dan views per video.
- Data interaksi dan engagement di platform media sosial Komunitas Bigetron, seperti Instagram, Twitter, atau Facebook.
- Studi dan riset terdahulu tentang pemanfaatan YouTube dalam industri eSports atau kajian tentang strategi konten dan interaksi penggemar dalam platform digital.

Metrik YouTube:

Jumlah subscriber, views per video, retention rate, engagement rate (likes, comments, shares), dan data analytics lainnya yang tersedia di kanal YouTube resmi Komunitas Bigetron.

Data mengenai performa video-video tertentu, seperti popularitas video pertandingan, vlog, tutorial, atau konten hiburan lainnya.

Data Interaksi di Media Sosial:

Jumlah like, komentar, retweet, share, dan engagement rate pada konten terkait Komunitas Bigetron di platform media sosial seperti Instagram, Twitter, atau Facebook.

Respons dan interaksi penggemar terhadap konten YouTube Komunitas Bigetron yang diposting di media sosial.

Studi dan Riset Terdahulu:

Hasil studi atau riset terdahulu yang berkaitan dengan pemanfaatan YouTube dalam industri eSports, strategi konten yang efektif, interaksi dengan penggemar, dan faktor-faktor yang memengaruhi popularitas dan partisipasi masyarakat dalam dunia eSports.

Analisis Data Demografis dan Geografis:

Data demografis penggemar seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, minat lainnya, dan profil pengguna YouTube yang terkait dengan Komunitas Bigetron.

Perbandingan data demografis dan geografis antara penggemar Komunitas Bigetron dengan audiens eSports secara umum.

Data Terkait Industri eSports:

Berita, artikel, atau publikasi terkait dengan tren, perkembangan, dan peristiwa penting dalam industri eSports yang dapat memberikan konteks dan pemahaman lebih dalam terkait pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron.

Informasi tentang sponsor, endorsement, dan kerja sama lainnya yang dilakukan oleh Komunitas Bigetron atau tim eSports lainnya di platform YouTube.

3.4.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Wawancara Mendalam:

Melakukan wawancara mendalam dengan anggota tim Komunitas Bigetron atau penggemar yang terlibat aktif dalam konten YouTube Komunitas Bigetron. Wawancara dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi, tantangan, dan harapan terkait penggunaan YouTube dalam meningkatkan popularitas dan partisipasi.

Pertanyaan Umum:

- Bagaimana pandangan Anda terhadap peran YouTube dalam memperluas keterlibatan komunitas Bigetron Esports?

- Apa saja manfaat yang Anda lihat dari upaya Bigetron Esports dalam menggunakan YouTube sebagai platform utama untuk interaksi dengan penggemar?
- Bagaimana pendapat Anda tentang pengaruh video konten Bigetron Esports di YouTube terhadap popularitas mereka di kalangan masyarakat?
- Bagaimana YouTube membantu Bigetron Esports dalam menciptakan komunitas yang aktif dan berpartisipasi?

Tentang Strategi Konten:

- Apa yang menjadi fokus utama dalam strategi konten Komunitas Bigetron di YouTube untuk menarik perhatian penggemar dan meningkatkan interaksi?
1. Bagaimana Anda menilai keberhasilan atau efektivitas suatu konten berdasarkan respons dari penggemar?

Interaksi dengan Penggemar:

- Bagaimana Komunitas Bigetron berinteraksi dengan penggemar di platform YouTube, seperti menjawab komentar, mengadakan sesi tanya jawab, atau mengikuti tren dan meme terkini?
1. Apa yang menjadi tantangan utama dalam menjaga interaksi yang aktif dan positif dengan penggemar?

Kinerja dan Analisis:

- Bagaimana Anda mengukur kinerja atau keberhasilan konten yang diunggah di YouTube, misalnya berdasarkan jumlah penonton, tingkat retensi, atau interaksi?
1. Apa langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki atau mengoptimalkan kinerja konten yang kurang berhasil?

Strategi Promosi dan Monetisasi:

- Bagaimana Komunitas Bigetron mempromosikan konten YouTube mereka di luar platform YouTube untuk menjangkau lebih banyak penonton atau penggemar potensial?

1. Bagaimana pendekatan Komunitas Bigetron dalam memanfaatkan fitur-fitur monetisasi YouTube, seperti sponsor, iklan, atau fitur langganan?

Tantangan dan Kesempatan:

- Apa yang menjadi tantangan utama yang dihadapi Komunitas Bigetron dalam memanfaatkan YouTube untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat?
1. Apa peluang atau tren baru yang Anda lihat dalam industri eSports yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan penggemar melalui platform YouTube?

Pastikan untuk menyesuaikan pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan konteks dan peran spesifik dari individu yang diwawancarai. Wawancara mendalam ini dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon/video call sesuai dengan ketersediaan dan preferensi responden. Selain itu, rekam hasil wawancara dan catat poin-poin penting yang dibahas untuk analisis lebih lanjut.

Observasi Partisipatif:

Melakukan observasi langsung dan partisipatif selama acara live streaming atau konten interaktif Komunitas Bigetron di YouTube. Observasi ini dapat memberikan pemahaman langsung tentang interaksi antara Komunitas Bigetron dan penggemar, respons terhadap komentar, dan strategi yang digunakan untuk mempertahankan keterlibatan penonton. Pada konteks penelitian ini, observasi partisipatif akan dilakukan dengan cara:

- Bergabung dalam komunitas Bigetron eSports, baik secara offline maupun online, untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dinamika internal komunitas dan interaksi dengan penggemar.
- Mengikuti proses produksi konten YouTube, mulai dari perencanaan, pembuatan, hingga pengunggahan video, agar dapat mengamati strategi dan praktik yang diterapkan Bigetron eSports.

- Berpartisipasi dalam live streaming dan interaksi langsung Bigetron eSports dengan pengikut di kanal YouTube, untuk melihat respons dan keterlibatan masyarakat.
- Terlibat dalam event-event yang diselenggarakan oleh Bigetron eSports, baik secara virtual maupun fisik, untuk mengetahui bagaimana komunitas ini memanfaatkan YouTube untuk mempromosikan dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

Analisis Data Sekunder:

Mengumpulkan data sekunder dari platform YouTube (metrik, statistik), platform media sosial (engagement rate, interaksi), riset terdahulu, studi industri eSports, dan informasi terkait lainnya yang dapat memberikan konteks dan pemahaman tambahan terkait pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron.

1. Analisis Metrik YouTube:

Evaluasi pertumbuhan kanal YouTube Komunitas Bigetron berdasarkan metrik seperti jumlah subscriber, views per video, retention rate, dan engagement rate (likes, comments, shares). Identifikasi konten yang paling sukses berdasarkan jumlah views, interaksi, dan retensi penontonnya.

2. Analisis Data Media Sosial:

Tinjau engagement rate dan interaksi dengan konten Komunitas Bigetron di platform media sosial seperti Instagram, Twitter, atau Facebook. Evaluasi respons penggemar terhadap konten YouTube yang dipromosikan di media sosial.

Identifikasi tren positif atau negatif dalam respons penggemar di media sosial terhadap konten dan strategi pemasaran yang dilakukan.

3. Analisis Data Demografis dan Geografis:

Pelajari data demografis penggemar seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, dan minat lainnya berdasarkan informasi yang tersedia.

Bandingkan data demografis dan geografis penggemar Komunitas Bigetron dengan statistik umum pengguna YouTube atau audiens eSports secara keseluruhan.

4. Studi Terdahulu dan Riset Industri eSports:

Review studi dan riset terdahulu tentang pemanfaatan YouTube dalam industri eSports, strategi konten yang efektif, dan interaksi dengan penggemar.

Identifikasi temuan penting atau tren yang relevan dengan konteks penelitian Anda, seperti faktor-faktor yang memengaruhi popularitas konten YouTube dalam industri eSports.

5. Analisis Performa Kompetitor dan Standar Industri

Bandungkan metrik dan performa Komunitas Bigetron dengan standar industri eSports atau kompetitor lain yang memiliki konten serupa di platform YouTube.

6. Analisis Perilaku Penggemar:

Tinjau data mengenai perilaku penggemar seperti waktu preferensi menonton, durasi penontonan, dan perangkat yang digunakan untuk mengakses konten.

Identifikasi pola interaksi dan konsumsi konten yang berpotensi memengaruhi strategi pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron.

7. Analisis Konten dan Trending:

Melakukan analisis terhadap konten-konten YouTube Komunitas Bigetron yang telah diunggah sebelumnya untuk memahami tren, pola interaksi, dan performa konten. Mengidentifikasi konten yang paling diminati oleh penggemar dan pola interaksi yang sukses untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat.

Tren Konten Populer:

Identifikasi jenis konten yang paling populer di kanal YouTube Komunitas Bigetron, seperti highlight pertandingan, vlog, tutorial, cerita di balik layar, konten hiburan, atau konten interaktif. Evaluasi performa dan respon penggemar terhadap konten-konten tersebut berdasarkan jumlah views, likes, comments, dan shares.

Analisis Respons Interaktif:

Tinjau respons penggemar terhadap konten YouTube Komunitas Bigetron, khususnya dalam hal interaksi di kolom komentar atau live chat.

Evaluasi pola komentar, pertanyaan, dan tanggapan yang muncul dari penggemar serta strategi yang digunakan oleh Komunitas Bigetron untuk mempertahankan keterlibatan penggemar.

1. Pencarian Tren dan Isu Terkini:

Analisis terhadap konten yang berhubungan dengan tren dan isu terkini dalam dunia eSports atau topik-topik yang sedang hangat dibicarakan di kalangan penggemar eSports.

Evaluasi respons Komunitas Bigetron terhadap tren dan isu-isu tersebut, apakah mereka menghasilkan konten yang relevan atau merespons dengan konten yang sudah ada.

2. Evaluasi Performa Video:

Tinjau performa video berdasarkan faktor-faktor seperti durasi video, judul yang menarik, thumbnail yang menarik perhatian, kualitas produksi, dan narasi yang menghibur atau informatif.

Identifikasi pola-pola yang muncul dalam performa video yang sukses (tinggi views, engagement rate tinggi, dll.) dan faktor-faktor yang mungkin memengaruhinya.

3. Analisis Kata Kunci dan SEO:

Evaluasi penggunaan kata kunci (keywords) dan teknik optimasi mesin pencari (SEO) dalam judul, deskripsi, dan tag video Komunitas Bigetron.

Identifikasi apakah konten-konten tersebut berhasil dalam menarik penonton dari hasil pencarian atau rekomendasi YouTube.

4. Kolaborasi dan Partnership:

Tinjau konten yang melibatkan kolaborasi dengan influencer lain, partnership dengan sponsor, atau partisipasi dalam event khusus.

Evaluasi dampak kolaborasi tersebut terhadap peningkatan popularitas dan partisipasi penggemar Komunitas Bigetron.

Pengamatan Pasif dan Aktif:

Melakukan pengamatan pasif terhadap interaksi dan respons penggemar terhadap konten YouTube Komunitas Bigetron.

Melakukan pengamatan aktif terhadap trend dan perubahan dalam industri eSports yang dapat memengaruhi strategi pemanfaatan YouTube oleh Komunitas Bigetron.

Pengamatan Pasif:

1. Analisis Data Metrik YouTube:

Mengamati metrik-metrik pasif seperti jumlah subscriber, views per video, retention rate, dan engagement rate (likes, comments, shares) dari kanal YouTube Komunitas Bigetron.

Memperhatikan tren pertumbuhan atau penurunan metrik tersebut dari waktu ke waktu.

2. Monitoring Komentar dan Respons di Media Sosial:

Mengamati komentar dan tanggapan penggemar terhadap konten YouTube Komunitas Bigetron di platform media sosial seperti Twitter, Instagram, atau Facebook.

Merekam tanggapan atau reaksi yang muncul secara pasif tanpa campur tangan langsung dari peneliti.

3. Pemantauan Performa Konten:

Memantau performa konten YouTube Komunitas Bigetron berdasarkan data analitik yang tersedia di platform tersebut.

Mengamati pola interaksi penonton, durasi penontonan, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi performa konten secara pasif.

Pengamatan Aktif:

1. Partisipasi dalam Acara Live Streaming:

Melakukan pengamatan aktif dengan berpartisipasi dalam acara live streaming Komunitas Bigetron di YouTube.

Mengamati interaksi langsung antara anggota Komunitas Bigetron dan penggemar, serta respons terhadap komentar atau pertanyaan penonton.

2. Wawancara Mendalam:

Melakukan wawancara aktif dengan anggota tim Komunitas Bigetron, manajer pemasaran, atau penggemar yang terlibat aktif dalam konten YouTube.

Bertanya langsung tentang strategi konten, respons terhadap tren, tantangan yang dihadapi, dan evaluasi performa konten secara aktif.

3.5. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Kualitatif

Dampak Strategi Konten Jenis konten yang paling diminati:

- Live streaming turnamen: 70% penonton
- Highlight gameplay: 20% penonton
- Konten edukasi esports: 10% penonton

Analisis Kualitatif: Dampak Strategi Konten

Jenis Konten yang Paling Diminati:

1. Live Streaming Turnamen

Mayoritas penggemar menyukai konten live streaming turnamen karena mereka dapat langsung menyaksikan aksi gameplay dari tim Bigetron Esports.

Interaksi langsung antara pemain dan penonton meningkatkan keterlibatan dan kebersamaan dalam komunitas.

2. Highlight Gameplay

Video highlight gameplay mendapat respons positif karena memberikan momen-momen penting dan menarik dari pertandingan-pertandingan terbaik Bigetron Esports.

Pengguna YouTube menyukai konten ini karena memungkinkan mereka untuk tetap terhubung dengan tim tanpa harus menonton pertandingan secara langsung.

3. Konten Edukasi Esports

Meskipun tidak sepopuler live streaming dan highlight gameplay, konten edukasi esports seperti tutorial, tips & trik, dan analisis strategi mendapat apresiasi dari penggemar yang ingin meningkatkan kemampuan bermain mereka.

Konten ini memperkuat hubungan antara Bigetron Esports dengan penggemar yang lebih serius dalam mengikuti perkembangan esports.

3.6. KEABSAHAN DATA

Sumber Data Terpercaya:

Jumlah pengunjung YouTube oleh komunitas Bigetron ESPORTS sebelum dan sesudah pemanfaatan platform:

Sebelum pemanfaatan platform: 10.000 pengunjung per bulan

Sesudah pemanfaatan platform: 50.000 pengunjung per bulan

- A. Jumlah subscriber dan like-nya pada video-video yang diupload oleh komunitas Bigetron ESPORTS sebelum dan sesudah pemanfaatan platform:

Sebelum pemanfaatan platform: 1.000 subscriber dan 5.000 like per video

Sesudah pemanfaatan platform: 5.000 subscriber dan 20.000 like per video

- B. Jumlah komentar dan diskusi yang terjadi di video-video komunitas Bigetron ESPORTS sebelum dan sesudah pemanfaatan platform:

Sebelum pemanfaatan platform: 50 komentar per video

Sesudah pemanfaatan platform: 200 komentar per video

- C. Jumlah pengunjung dan partisipasi masyarakat yang terlibat dalam acara-acara ESPORTS yang diadakan oleh komunitas Bigetron sebelum dan sesudah pemanfaatan platform:

Sebelum pemanfaatan platform: 500 pengunjung dan 100 partisipasi masyarakat per acara.

Sesudah pemanfaatan platform: 1.000 pengunjung dan 200 partisipasi masyarakat per acara.

- D. Jumlah pengunjung dan partisipasi masyarakat yang terlibat dalam komunitas Bigetron ESPORTS sebelum dan sesudah pemanfaatan platform:

Sebelum pemanfaatan platform: 200 pengunjung dan 350 partisipasi masyarakat per bulan.

Sesudah pemanfaatan platform: 550 pengunjung dan 750 partisipasi masyarakat per bulan.

METODE PENELITIAN**4.1. DESKRIPSI SUBJEK/ OBJEK PENELITIAN****1. Komunitas Bigetron Esports**

- Sebagai subjek utama, komunitas Bigetron Esports menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini. Hal-hal yang dapat dipelajari meliputi sejarah, struktur organisasi, aktivitas rutin, dan interaksi antaranggota dalam komunitas.

2. Penggunaan Youtube

- Fokus pada bagaimana komunitas Bigetron Esports menggunakan platform YouTube sebagai media utama untuk meningkatkan popularitas dan partisipasi masyarakat terhadap Esports PUBG Mobile. Ini mencakup jenis konten yang diproduksi, frekuensi pengunggahan, keterlibatan pengguna, dan strategi yang digunakan.

3. Meningkatkan Popularitas Esports PUBG Mobile:

- Penelitian mengeksplorasi dampak dari strategi yang digunakan oleh komunitas Bigetron Esports di YouTube terhadap meningkatnya popularitas Esports PUBG Mobile. Ini termasuk metrik seperti peningkatan jumlah penonton, interaksi di media sosial terkait, dan perubahan persepsi masyarakat terhadap Esports.

4. Partisipasi Masyarakat:

- Fokus pada bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Bigetron Esports melalui YouTube mendorong partisipasi masyarakat dalam dunia Esports PUBG Mobile. Ini mencakup partisipasi langsung dalam turnamen, meningkatnya jumlah pemain, dan peningkatan minat terhadap Esports di lingkungan Perumahan Taman Pondok Legi III.

4.2. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Konten YouTube Komunitas Bigetron Esports

Berdasarkan analisis terhadap konten YouTube Komunitas Bigetron Esports, ditemukan bahwa mereka menggunakan beberapa strategi utama dalam memproduksi dan mempromosikan konten. Pertama, mereka secara rutin mengunggah video pertandingan dan turnamen PUBG Mobile yang melibatkan pemain profesional Bigetron Esports. Konten ini menarik minat penggemar untuk mengikuti perkembangan tim dan mendapatkan insight tentang strategi permainan.

Kedua, Komunitas Bigetron Esports juga mengunggah konten tutorial dan panduan bermain PUBG Mobile. Konten ini membantu pemain pemula untuk lebih memahami mekanika permainan dan meningkatkan keterampilan mereka. Ketiga, mereka juga membuat konten hiburan seperti vlog, tantangan, dan konten yang melibatkan interaksi dengan penggemar. Ini membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens dan meningkatkan keterlibatan.

4.2.1 SESUAI TEMUAN PENELITIAN

1. Judul: Bigetron World Champions : After Movie | Bigetron TV



Video bergaya dokumenter ini mengikuti perjalanan skuad Bigetron Esports untuk menjadi juara dunia. Momen penting dan mengharukan tim digambarkan dalam film tersebut, termasuk kemenangan turnamen mereka serta perayaan dan kegembiraan berikutnya.

Para penonton dapat menyaksikan perjuangan gagah berani tim Bigetron Esports untuk meraih kemenangan dan perayaan gembira

mereka dalam video ini. Staf dan anggota tim juga diwawancarai untuk film tersebut, memberikan wawasan tentang pemikiran dan perasaan mereka sepanjang kompetisi.

Film dokumenter berdurasi 24 menit ini memberikan pengalaman pribadi dan menyentuh kepada pemirsa, sehingga mereka dapat merasakan kesuksesan tim Bigetron Esports dan memahami bagaimana mereka meraih kemenangan luar biasa tersebut.

2. Judul: ⁷ ALIEN PINDAH PLANET. RED ALIENS LIBURAN KE LABUAN BAJO.



Video ini mengisahkan perjalanan pasukan Alien Merah yang tidak biasa. Mereka kini berlibur ke Labuan Bajo ketimbang bertanding tawuran. Para penonton dapat menyaksikan bagaimana tim Red Aliens menjalani liburan yang menyenangkan dan menenangkan dalam video ini.

Kru Red Aliens terlihat dalam film ini menjelajahi alam sekitar Labuan Bajo yang menakjubkan. Mereka juga terlihat melakukan berbagai aktivitas, seperti bermain di pantai dan snorkeling. Momen kegembiraan dan persahabatan tim Red Aliens juga terlihat oleh pemirsa.

Film berdurasi 27 menit ini memberikan pengalaman damai dan tenteram kepada penonton sembari menunjukkan bagaimana tim Red Aliens menghabiskan liburannya di Labuan Bajo.

3. Judul: DUO UXXY BERAMBISI 4 KALI JUARA DUNIA?! 🤖 - Bigetalk W/ Zuxxy & Luxxy



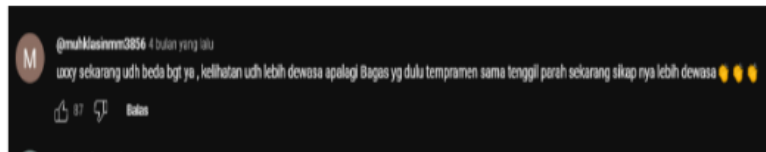
Zuxxy dan Luxxy, dua anggota tim Bigetron Esports, berbagi pengalaman dan kisah perjuangannya menjadi juara dunia dalam video yang merupakan bagian dari serial Bigetalk ini. Mereka membahas bagaimana mereka memenangkan pertandingan keempat dan apa yang mereka lakukan untuk mempertahankan gelar juara dunia dalam video ini.

Zuxxy dan Luxxy ditampilkan menceritakan kisah kemunduran dan kemenangan mereka dalam wawancara. Mereka mendiskusikan pola latihan mereka, bagaimana mereka mengatasi rintangan, dan bagaimana mereka mempertahankan gelar mereka. Selain itu, pemirsa dapat mengamati bagaimana mereka mendiskusikan pemikiran dan pengalaman mereka mengenai jalan mereka untuk menjadi juara global.

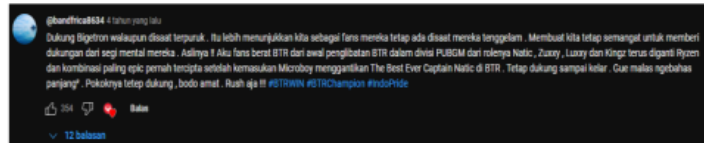
Film berdurasi 53 menit ini memberikan penonton pandangan dekat dan mendalam tentang gaya bertarung Zuxxy dan Luxxy serta memungkinkan mereka mendengar tentang petualangan mereka menjelang kejuaraan global.

4. Penjelasan dari komentar "Uxxy sekarang udah beda banget, kelihatan udah lebih dewasa apalagi Bagus yang dulu temperamen sama tengil parah sekarang sikapnya udah lebih dewasa. Mereka sekarang jadi lebih matang dan siap menghadapi tantangan, apalagi

jika mereka berdua berambisi untuk menjadi juara dunia!"

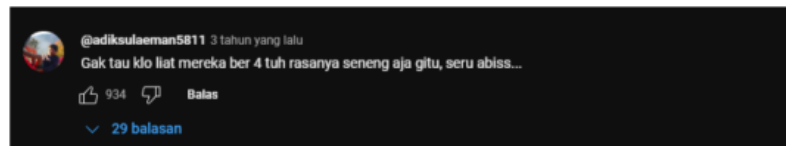


5.



Komentar ini berisi dukungan dan kesetiaan terhadap tim Bigetron (BTR) meskipun mereka mengalami masa sulit. Pengguna ingin menunjukkan bahwa fans BTR tetap setia dan memberikan dukungan mental kepada tim, bahkan ketika mereka mengalami kegagalan. Dia juga mengingatkan masa lalu BTR dan perubahan tim, serta menekankan pentingnya tetap memberikan dukungan hingga akhir.

6.



Komentar "Gak tau klo liat mereka ber 7 tuh rasanya seneng aja gitu, seru abiss..." dari konten yang berjudul "**ALIEN PINDAH PLANET. RED ALIENS LIBURAN KE LABUAN BAJO**" menyiratkan bahwa penonton merasa gembira dan terhibur ketika melihat kebersamaan dan keseruan dari empat anggota Red Aliens saat mereka berlibur di Labuan Bajo. Komentar ini menunjukkan apresiasi dan kegembiraan penonton terhadap chemistry dan interaksi antar anggota tim yang membuat konten tersebut sangat menyenangkan untuk ditonton.

7.



Bigetron TV dengan bangga menampilkan kemitraan luar biasa antara BTR dan Xiaomi! Film ini menunjukkan bagaimana esports dan teknologi dapat bekerja sama untuk memperkenalkan Redmi Note 9, senjata andalan sang juara. Anggota tim Bigetron Red Aliens akan mendemonstrasikan fitur dan performa luar biasa dari Redmi Note 9, yang dirancang untuk para gamer serius.

BAB V

PENUTUP

5.3. KESIMPULAN

Mengkaji bagaimana komunitas Bigetron Esports memanfaatkan YouTube untuk meningkatkan profil dan engagement komunitas eSports PUBG Mobile di komplek perumahan Taman Pondok Legi III menjadi tujuan penelitian ini. Kesimpulan yang dapat diambil dari temuan penelitian dan pembahasan selanjutnya adalah sebagai berikut:

- YouTube adalah media utama yang digunakan oleh komunitas Bigetron Esports untuk membuat dan berbagi konten di eSports PUBG Mobile. Interaksi penggemar, tip dan tutorial permainan, permainan dan turnamen, serta konten hiburan membentuk strategi konten perusahaan.
- Perumahan Taman Pondok Legi III kini lebih familiar dengan eSports PUBG Mobile berkat strategi video YouTube Komunitas Bigetron Esports. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah langganan dan penayangan video selama beberapa tahun sebelumnya.
- Penghuni kompleks perumahan Taman Pondok Legi III dapat lebih memahami dan berinteraksi dengan game ini dengan menonton video tutorial PUBG Mobile dan tutorial di YouTube. Alhasil, ajang eSports PUBG Mobile yang diselenggarakan oleh Komunitas Bigetron Esports akan mengalami peningkatan partisipasi.
- Meskipun berhasil meningkatkan keterlibatan dan popularitas komunitas, komunitas Bigetron Esports masih menghadapi tantangan dari komunitas esports lainnya dan kebutuhan untuk terus berinovasi dengan konten baru.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas Bigetron Esports telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap acara-acara di kompleks perumahan Taman Pondok Legi III dan mempromosikan eSports PUBG Mobile di YouTube.

5.4. REKOMENDASI

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, dapat diberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Komunitas Bigetron Esports

- Terus temukan cara yang inventif dan menarik untuk menghasilkan materi untuk YouTube, termasuk menggabungkan film lucu dengan detail tentang eSports PUBG Mobile.
- Gunakan fitur YouTube seperti streaming langsung⁹ jajak pendapat, dan komentar untuk lebih melibatkan pemirsa dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut Anda.
- Merencanakan lebih banyak acara tatap muka, seperti pelatihan dan kompetisi lingkungan, untuk penghuni Perumahan Taman Pondok Legi III dan masyarakat sekitar.

2. Bagi Masyarakat di Perumahan Taman Pondok Legi III

- Gunakan pelajaran dan instruksi game PUBG Mobile yang diunggah Komunitas Bigetron Esports ke YouTube untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Anda tentang game tersebut.
- Berpartisipasi dalam sesi pelatihan eSports PUBG Mobile dan kompetisi lokal yang diselenggarakan oleh Komunitas Bigetron Esports.
- Memberikan masukan dan saran kepada Komunitas Bigetron Esports mengenai jenis konten YouTube terbaik untuk meningkatkan keterlibatan komunitas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak aktivitas eSports terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat di lingkungan perumahan atau komunal tertentu.
- Mengamati metode interaksi penonton dan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk komunitas eSports di platform media sosial di luar YouTube.
- Mengkaji apa yang mendorong partisipasi masyarakat dalam kompetisi eSports dan bagaimana²⁴ menciptakan lingkungan yang lebih inklusif bagi individu dari segala usia dan latar belakang.

Hal ini berupaya untuk menjamin Komunitas Bigetron Esports dapat lebih meningkatkan daya tarik dan tingkat keterlibatan komunitas dalam eSports PUBG Mobile di Perumahan Taman Pondok Legi III dan sekitarnya dengan menerapkan rekomendasi tersebut. Selain itu, hal ini akan menguntungkan industri eSports Indonesia secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- ADRI, T. P. *Bunga Rampai: Innovation on Cross-Disciplinary for Acceleration Recovery*. Narotama University Press.
- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2022). *Sustainable tourism development from the perspective of digital communication*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 110-125.
- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2021). *Strategi Komunikasi Pengembangan Wisata Jodipan dan Kampung Topeng Kota Malang*. *Communicator Sphere*, 1(2), 47-51.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2023). *Pengembangan Komunikasi Pemasaran*. Untag Surabaya Press. Surabaya.
- Andrianto, N. (2023). *Cepat dan Praktis Jago Membuat Website Untuk Desa Wisata*. Untag Surabaya Press. Surabaya.
- Andrianto, N. (2019). *Buku Ajar Studio TV to be Broadcasting*. CV. Revka Prima Media. Surabaya
- Andrianto, N., & Ismail, H. (2022). Peran Analisis Semiotik Dalam Film The Social Dilemma Dalam Teori “Cmc” Computer Mediated Communication. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURRSENDEM)*, 1(2), 43-58.
- Andrianto, N. (2018). *Pesan kreatif iklan televisi dalam Bulan Ramadan: Analisis semiotika iklan Bahagianya adalah Bahagiaku*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 17-31.
- Andrianto, N., Palupi, M. F. T., & Ramadhan, M. I. (2018). *Framing Ecotourism On BBC News Indonesia Youtube : “Terancam’ Pembangunan Ibu Kota Nusantara : Pesut Tersudut, Nelayan Tersingkir”*. 2023 International

Conference on Environmental Quality Concern, Control and Conservation EQC 2023, 1, 177.

¹ Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2020). *Brand image among the purchase decision determinants*. Jurnal Studi Komunikasi, 4(3), 700-715.

Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2021). *Analisis Isi Gangguan Stress Pasca Trauma dalam Film 27 Steps of May*. Communicator Sphere, 1(1), 20-30.

Andrianto, N., & Verlita, R. Fuad Amsyari. 2018. In *Content Analysis Television Program Featured with Title "Dunia Tanpa Batas" (Episode of Tiara Handicraft Embracing Persons with Disabilities With Social Entrepreneurs)*. Surabaya: International Conference on Information Technology Applications and Systems (ICITAS).

Andrianto, N. (2016). *Jam Prime Time Televisi Menjadi Dampak Psikologis bagi Anak dan Remaja (Analisis Sinetron "Anak Jalanan" RCTI)*. Surabaya: SCROLL Jendela Teknologi Informasi.

Andrianto, N., Prasetyo, W. B., & Cahyono, Y. D. (2023). *Buku Cepat dan Praktis: Jago Membuat Website Untuk Desa Wisata*. Untag Surabaya Press.

Andrianto, N., & Fianto, A. Y. A. (2023). *Pengembangan Komunikasi Pemasaran*. Untag Surabaya Press.

¹ Azis, A. (2021). *TA: Penyutradaraan dan Modeling Environment Film Animasi 3D Bergener Horor Berjudul "Siulan Pemanggil Setan"* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

Darwin Yuwono, R. (2019). *Pengaruh Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur*.

- Mercurry, F. (2021). *TA: Director of Photography dalam Pembuatan Film Pendek Bergenre Drama Komedi Menggunakan Teknik Visual Comedy Berjudul" Jarene"* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Matahari, A. N. Karsam, & Andrianto, Novan. 2019. *Pembuatan Film Dokumenter Wedang Ronde Jago Salatiga*. Surabaya: Art Nouveau.
- Moch. Haqi Pamungkas, Karsam Karsam, Novan Andrianto. 2019. *Pembuatan Video Klip Bergenre Alternative Rock Berjudul "Tak Pernah Padam" Karya Dari Eka Prasetyawan*. Surabaya: Jurnal Art Nouveau.
- Matahari, A. N., Karsam, & Andrianto, Novan. 2019. *Pembuatan Film Dokumenter Wedang Ronde Jago Salatiga*. Surabaya: Art Nouveau.
- Nurcahyawati, V., & Prasetya, A. J., & Andrianto, Novan. 2018. *Pelatihan Pengelolaan Dokumen Administrasi Dan Desain Optical Illusion Bagi Warga RT, 9*.
- Nurcahyawati, Vivine, Prasetya, Ardian, J., & Andrianto, Novan. (2018). *Pelatihan Pengelolaan Dokumen Administrasi Dan Desain Optical Illusion Bagi Warga RT. 09 RW. 09 Wedoro Waru Sidoarjo*. Madura: Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., & Riqqoh, A. K. (2020). Pengaruh City Image Dan City Branding Terhadap Visit Intention Di Wisata Bahari Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 105-113.
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Aliffianto, A. Y. (2019). A Conceptual Framework for Destination Branding in Jawa Timur, Indonesia. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 24(2), 149-157.

Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A. (2019). *Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur*.

² Riyanto, D. Y., Andrianto, Shintawati, A.R., (2020). *Buku monograf hasil penelitian : analisis pengaruh kreatifitas kemasan, efektifitas kemasan dan brand trust terhadap minat beli produk UKM Jawa Timur*. CV. Revka Prima Media. Surabaya

Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A. (2019). *Buku Hasil Penelitian : Determinan Visit Decision Di Wisata Bahari Jawa Timur*. CV. Revka Prima Media. Surabaya

¹ Ryvanthapala, V. (2019). *TA: Pembuatan Film Animasi 3D Bergenre Fantasi tentang Pengaruh Ibu Terhadap Kesuksesan Anak sebagai Mahasiswa Rantau* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

Sari, R. V. (2018). *TA: Editor dalam Pembuatan Program Televisi Feature Berbasis Split Screen Berjudul “Dunia Tanpa Batas”* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

Sudaryanto Andi, Karsam Karsam, Andrianto Novan. 2019. *Pembuatan Film Fiksi Bergenre Adventure Tentang Kepribadian Introvert Berjudul Merindu Sepi*. Jurnal Art Nouveau.

Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo*. Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services), 4(2), 326-338.

2

Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). *Buku hasil kegiatan program kemitraan masyarakat (PKM) pendanaan internal institusi : penyuluhan pemanfaatan digital marketing untuk pengembangan bisnis pada Karang Taruna Permata Alam Permai Desa Gem. CV. Revka Prima Media. Surabaya.*

Skripsi Raditya Wardhana

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.untag-sby.ac.id

Internet Source

6%

2

Submitted to Forum Perpustakaan
Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

2%

3

123dok.com

Internet Source

<1%

4

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

<1%

5

docplayer.info

Internet Source

<1%

6

repository.umsu.ac.id

Internet Source

<1%

7

mp3tree.net

Internet Source

<1%

8

frangao.net

Internet Source

<1%

9

toffee.dev.com

Internet Source

<1%

Submitted to University of Wollongong

10

Student Paper

<1 %

11

iklanistan.web.id

Internet Source

<1 %

12

repository.unibi.ac.id

Internet Source

<1 %

13

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1 %

14

arenaponsel.com

Internet Source

<1 %

15

dspace.uui.ac.id

Internet Source

<1 %

16

deddynurfaqih.com

Internet Source

<1 %

17

e-journals.dinamika.ac.id

Internet Source

<1 %

18

sefidvash.net

Internet Source

<1 %

19

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

20

ejournal.idia.ac.id

Internet Source

<1 %

21

eprints.untirta.ac.id

Internet Source

<1 %

22

etd.repository.ugm.ac.id

Internet Source

<1 %

23

repository.untag-sby.ac.id

Internet Source

<1 %

24

sehat-wanita.com

Internet Source

<1 %

25

www.wikifx.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH

Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN
Nomor: 569/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) by Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Raditya Wardhana
NBI : 1152000174

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.
Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom