

LAPORAN UTS CHANNEL GRAMING
MATA KULIAH PEMASARAN DIGITAL



DOSEN PENGAMPU:

Toto Indriyatmoko, M.Kom

DISUSUN OLEH:

Asnur Amirudin	(18.01.4169)
Annanda Notho Nugroho	(18.01.4166)
Fuadi Fitri Hantoro	(18.01.4161)
Muhammad Aqil Fauzan	(18.01.4158)

PROGRAM DIPLOMA
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2020

Daftar ISI

BAB 1	3
1.1 LATAR BELAKANG	3
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 BATASAN MASALAH.....	3
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5 MANFAAT PENELITIAN	3
BAB 2	4
2.1 Tinjauan Pustaka	4
BAB 3	5
3.1 ALAT & BAHAN FINAL PROJECT.....	5
3.2 ALUR & JADWAL Pengerjaan FINAL PROJECT	5
3.3 DAFTAR PUSTAKA.....	6

BAB 1

1.1 Latar belakang

Youtube merupakan salah satu website berisi kumpulan video, dimana siapa saja dapat membuat dan menonton video tersebut asalkan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diberikan oleh pihak youtube. Dikutip dari idntimes.com jumlah pengguna youtube sampai bulan Agustus 2019 mencapai 2 Miliar pengguna per bulan di dunia. Dan angka ini dimungkinkan akan bertambah di tahun 2020. Dan penggunaanya pun tersebar di seluruh dunia. Artinya, jika kita membuat video berisi content tertentu di youtube ada kemungkinan 2 Miliar pasang mata per bulan yang melihat content kita.

Idntimes juga menyebutkan bahwa ada 500 jam konten baru tiap menitnya dan sebanyak 5 miliar video ditonton setiap harinya. Banyaknya content di youtube membuat persaingan antar youtuber semakin berlomba-lomba untuk memikat para viewer. Banyak content yang membahas segala hal, mulai dari percobaan/experiment, cover lagu, kuliner, bermain game, sosoal experiment, prank, sampai hal-hal absurd lainnya. Semua hal dilakukan untuk memperbanyak viewer dan sebsciber.

Dari banyaknya content yang ada, kami mengambil tema “*game mobile*” sebagai content kami. Game mobile kini mulai viral di kalangan anak muda. Karena sekarang tidak kalah dalam hal grafis maupun keseruan dari game itu sendiri. Persaingan para developer game mobile pun kini semakin terlihat. Banyak developer game baru yang game nya menjadi booming, dan tidak sedikit pula game yang pernah jaya pada eranya mulai di tinggalkan. Oleh karena itu, kami Kelompok Graming tertarik untuk mengulas satu persatu game mobile yang masih baru atau yang sedang banyak dimainkan untuk mengetahui game seperti apakah yang paling diminati dan dapat bertahan lama dimainkan oleh generasi saat ini.

Dari latar belakang tersebut, kami memutuskan untuk membuat content “me-review game, mulai dari game baru sampai game yang sedang viral” sehingga diharapkan game yang baru pun dapat menjadi viral setelah kami viralkan. Tidak menutup kemungkinan kami dapat bekerja sama dalam bidang digital marketing dengan developer game tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa banyak kah youtuber yang membahas tentang game mobile?
2. Bagaimana agar viewers lebih tertarik dengan content kami dibanding yotuber lain yang memiliki niche yang sama?

1.3 Batasan Masalah

1. Content yang dibahas adalah game mobile.
2. Wilayah yang akan dijadikan object penelitian adalah Indonesia.
3. Media yang digunakan adalah youtube.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui content review youtube seperti apa yang diminati oleh viewers.
2. Mengetahui respons viewers terhadap beberapa game yang direview.
3. Mengetahui bagaimana cara yang tepat agar viewers juga mau untuk bermain game yang telah kami review.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dapat menarik viewers untuk menonton video kami.
2. Mengetahui game mobile yang dinikmati viewers.
3. Dapat meningkatkan jumlah download suatu game.
4. Dapat bekerja sama dengan developer game mobile.

BAB 2

2.1 Tinjauan Pustaka

[1] Sinaga, Eka Mayastika. (2020). Dalam penelitiannya yang berjudul “Channel YouTube Untuk Meningkatkan Customer Engagement” adapun hasil penelitian tersebut adalah Promosi dan pemberian giveaway merupakan cara dalam meningkatkan customer engagement. Promosi yang dilakukan bertujuan agar penonton channel tersebut tidak hanya melihat konten yang disajikan namun juga menciptakan interaksi dengan pengikut. Dengan cara ini juga channel tersebut berpotensi untuk mendapatkan banyak like dan komentar serta mampu meningkatkan jumlah pengikut.

[2] Cecariyani, Shera Aske & Sukend, Gregorius Genep. (2018). Dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana)” adalah penelitian ini penulis ingin mengetahui strategi kreatif dan tujuan konten prank Yudist Ardhana melalui wawancara, observasi dan hal-hal lain yang terkait dengan penelitian ini. Dapat disimpulkan, strategi kreatif konten prank yang dibuat oleh Yudist Ardhana merupakan strategi yang terbilang unik dan beda dari yang lainnya karena Yudist Ardhana berusaha untuk memodifikasi kontennya dengan karakteristik Yudist Ardhana Sendiri, sehingga membuat para viewers-nya terhibur dan tidak bosan dengan konten prank yang disajikannya. Dan tujuan Yudist Ardhana untuk menghibur berhasil, yang terlihat dari reaksi orang yang menonton videonya dan juga dari jumlah viewers videonya. Meskipun jumlah like pada video Yudist Ardhana tidak sebanyak jumlah viewersnya, karena orang yang menonton dan merasa terhibur tidak semuanya akan menekan like pada video yang disajikan oleh Yudist Ardhana.

[3] Google Indonesia (2016). Dalam penelitian di channel youtubanya yang berjudul “Strategi Channel Gaming : Tara Arts Game, Miawaug, Gema show, Pokopow, Mcdy Gaming” adapun penelitian pertama yaitu tentang strategi membangun konten gaming di youtube yaitu dengan upload dengan konsisten, main game yang disukai, dan yang terakhir adalah be your self yang artinya jangan pedulikan subscribe, like, dislike, mainkan game yang disukainya. Yang kedua tips membangun personality untuk gaming channel yaitu jadilah diri sendiri jangan mengambil konten orang lain, terinspirasi boleh tetapi jangan mengambil, dari personality itu sendiri nanti akan terasa, dan adanya ciri khas sendiri dari channel kita. Merekan sering menggunakan format game online, game play, game yang adventure dan horor. Dan yang ketiga adalah strategi untuk main game livestream adalah memainkan game yang langsung habis contohnya dota, game yang sedang hits dan memiliki cerita yang panjang.

[4] Nurazizah, Retna Sari. (2017). Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi pada Channel Game Reza Oktovia” adapun hasil penelitian adapun hasil dari kesimpulan penelitian tersebut adalah Pengaruh intensitas menonton channel youtube Reza Oktovian berpengaruh positif terhadap perilaku agresif yang dilakukan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas menonton channel youtube Reza Oktovian maka akan semakin sering juga remaja berperilaku agresif verbal. Pengawasan orang tua dalam penggunaan media anak berpengaruh negatif terhadap perilaku agresif yang dilakukan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengawasan orang tua dalam penggunaan media anak maka semakin jarang remaja melakukan perilaku agresif verbal.

BAB 3

3.1 Alat & Bahan Final Project

- **Hardware**
 - **Laptop**
 - **Smartphone**
 - **Mic**
- **Software**
 - **Adobe Premiere Pro**
 - **Adobe After effect**
 - **Adobe Photoshop**
 - **Browser**

3.2 Alur & Jadwal Pengerjaan Final Project

Akibat corona kelompok kami melakukan beberapa penyesuaian dengan cara pengerjaan online sebagai berikut:

Pembagian Tugas:

- Asnur Amirudin pembuatan shooting script
- Annanda Notho Nugroho pengisi suara
- Fuadi Fitri Hantoro editing video
- Muhammad Aqil Fauzan editing video

Alur Pembuatan Video:

Pengambilan video game setiap orang menyertorkan satu gameplay dari game tersebut yang telah ditentukan. Satu video terdapat 5 game yang direview, setiap game berdurasi maxiamal 2 menit karena target setiap video 10menit. Untuk alur sendiri akan menjadi seperti ini video terekumpul > Pembuatan shooting script > Rekaman > Editing> Review > Publikasi. Kami berencana melakukan uploading video satu minggu sekali tetapi tidak berjalan sesuai rencana karena imbas covid-19 dimana seharusnya video untuk editing diserahkan secara langsung berubah menjadi harus upload dan download video hal ini sangat memberatkan para anggota termasuk sang editor karena size dari video yang tidaklah kecil. Hal ini membuat hambatan yang sangat parah dalam proses pembuatan video.

Jadwal Pengerjaan Video:

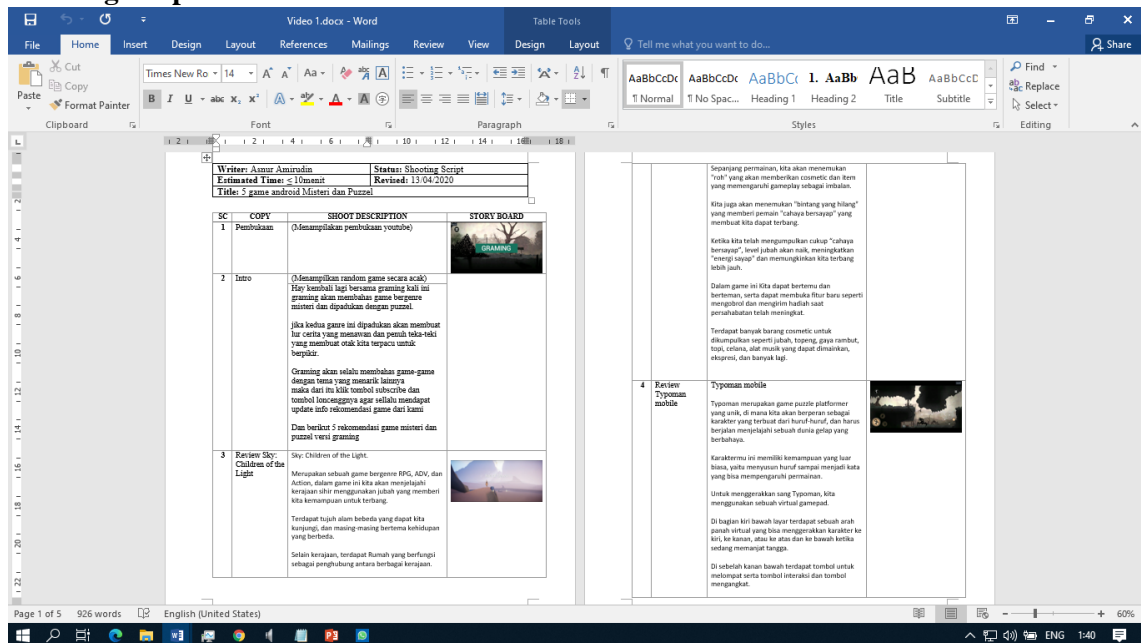
No	Judul	Jadwal
1	5 Game android misteri dan puzzel	Minggu 1
2	Game terbaru 2020	Minggu 2
3	Android game pemacu adrenalin terbaru	Minggu 3
4	5 Game Lama yang di adaptasi ke android	Minggu 4
5	Game dengan grafis terbaik yang jarang dimainkan	Minggu 5
6	5 game android offline degan grafik hd dan size mini	Minggu 6
7	5 Game ps yang dapat kamu mainkan di android	Minggu 7

3.3 Daftar Pustaka

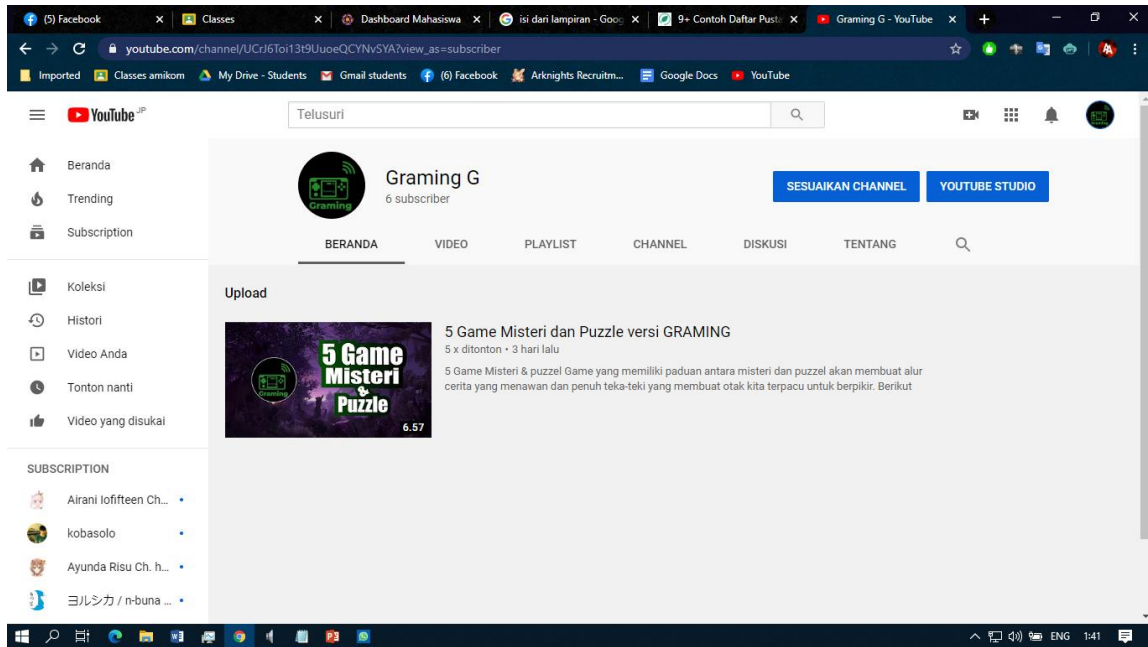
- Cecariyani, S. A., & Sukend, G. G. (2018, December). *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana)*. Retrieved from Journal Untar: <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/3735/2171>
- Indonesia, G. (Director). (2016). *Strategi Channel Gaming : Tara Arts Game, Miawaug, Gema show, Pokopow, Mcdy Gaming* [Motion Picture].
- Nurazizah, R. S. (2017, May 9). *Analisis Resepsi pada Channel Game Reza Oktovia*. Retrieved from eprints.stikosa-aws: <http://eprints.stikosa-aws.ac.id/26/1/8.%20ANALISIS%20RESEPSI%20PADA%20CHANNEL%20GAME.pdf>
- Sinaga, E. M. (2020). Channel YouTube Untuk Meningkatkan Customer Engagement. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 607-610.

3.4 Lampiran

- **Shooting script**



- **Youtube**



• Facebook

