



Universitas
Esa Unggul

LAMPIRAN

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

SURAT PERNYATAAN

Hal: Terkait Sidang Skripsi

Kepada

Yth Bapak Erman Anom
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Esa Unggul
Di Tempat

Dengan Hormat.

Salam sejahtera saya ucapkan kepada Bapak Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, semoga selalu diberikan rahmat, hidayah, dan kesehatan dalam melaksanakan aktivitas kesehariannya. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anindhita Izzati Sasilanggeni

NIM : 20160508006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Broadcasting

Dengan adanya surat ini saya ingin mengajukan terkait dengan sidang skripsi untuk dijalankan. Tapi masih ada mata kuliah yang sedang berjalan, yaitu Main Control Room Tv BCT305-KJ01-6177 dan Investigative Reporting JBC403-KJ01-7717. Bila nanti mata kuliah saya tidak lulus, maka nilai skripsi setuju untuk ditunda.

Demikian surat ini saya ajukan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya



Anindhita Izzati Sasilanggeni

7/22/2020

Kemajuan Belajar/Daftar Prestasi



UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
 Jalan Arjuna Utara No.9, Kebon Jeruk - Jakarta Barat 11510
 021 - 5674223 (hunting) 021- 5682510 (direct) Fax : 021 - 5674248
 Website: www.esaunggul.ac.id, email: info@esaunggul.ac.id

DAFTAR NILAI

Nama : ANINDHITA IZZATI SASILANGGENI
NIM : 20160508006
Tmp, Tgl Lahir : bekasi, 29 Januari 1999

Program Studi : BROADCASTING
Jenjang : S1

No	Kurikulum	Kode	Nama Mata Kuliah	Nilai	SKS	Nk	SEM
1	2017	ESA116	Agama Islam	A-	2	7.4	20171
2	2017	BCT207	Audio For TV	A	2	8	20171
3	2012	ESA113	Bahasa Indonesia	A	2	8	20161
4	2012	KMI102	Bhs Indonesia Jurnalistik	A	3	12	20161
5	2017	ESA134	Business English	A	2	8	20181
6	2017	KMI103	Dasar-Dasar Manajemen	A-	3	11.1	20191
7	2017	BCT204	Estetika Dan Artstik Prod. Acara TV	A	3	12	20171
8	2017	KMI204	Etika Dan Filsafat Komunikasi	A-	3	11.1	20172
9	2012	ESA160	Filsafat Ilmu Dan Logika	A-	2	7.4	20161
10	2012	KMI104	Fotografi	A	3	12	20161
11	2017	JBC205	Globalisasi Industri Media	A	2	8	20191
12	2012	KMI109	Hukum & Etika Komunikasi	B	3	9	20162
13	2017	JBC301	Jurnalistik Televisi	A-	3	11.1	20182
14	2017	ESA142	Kewirausahaan	A	2	8	20171
15	2017	KMI401	Komunikasi Antarbudaya	A	3	12	20191
16	2017	KMI110	Komunikasi Antar Pribadi	B	3	9	20182
17	2017	KMI306	Komunikasi Massa	B	3	9	20182
18	2017	KMI202	Komunikasi Organisasi	A	3	12	20171
19	2017	KMI301	Komunikasi Pemasaran Terpadu	A-	3	11.1	20181
20	2017	KMI303	Kuliah Kerja Praktek	A	3	12	20182
21	2017	BCT401	Manajemen Produksi TV	A	3	12	20191
22	2017	BCT304	Media Dan Sistem Studio TV	A	2	8	20181
23	2017	JBC402	Media Economics	B	2	6	20191
24	2017	KMI302	Metode Penelitian	C	3	6	20181
25	2017	KMI304	Metode Penelitian II	B	3	9	20182
26	2012	ESA141	Motivasi Usaha	B	1	3	20161
27	2017	JBC201	Online Journalism	A	2	8	20172
28	2017	BCT202	Pasca Produksi Tv	B+	3	9.9	20172
29	2017	ESA101	Pendidikan Kewarganegaraan	A-	2	7.4	20171
30	2012	ESA104	Pendidikan Pancasila	A	2	8	20171
31	2017	KMI101	Pengantar Ilmu Komunikasi	B+	3	9.9	20161
32	2012	KMI107	Pengenalan Profesi Komunikasi	B+	3	9.9	20162
33	2017	BCT303	Penulisan Naskah TV	A-	3	11.1	20181
34	2012	KMI105	Perkembangan Teknologi Komunikasi	A	2	8	20162
35	2017	BCT302	Produksi Acara TV (Berita)	A	3	12	20181
36	2017	MBC301	Produksi Acara TV (Komersial)	A	3	12	20181

No	Kurikulum	Kode	Nama Mata Kuliah	Nilai	SKS	Nk	SEM
37	2017	BCT306	Produksi Acara Tv (Non Fiksi)	A	3	12	20182
38	2017	BCT301	Produksi Program Acara TV Pendidikan	A	2	8	20181
39	2012	KMI108	Psikologi Komunikasi	B	3	9	20162
40	2017	JBC401	Riset Media	A-	3	11.1	20191
41	2017	KMI305	Seminar Dan Tek.Penulisan Ilmiah	A	3	12	20191
42	2019	KOM232	Sosiologi Komunikasi	B+	3	9.9	
43	2012	ESA153	Statistik 1	B-	3	8.1	20162
44	2017	BCT206	Tata Fotografi Elektronik	A	3	12	20172
45	2017	BCT209	Teknik Kamera Elektronik	A	3	12	20171
46	2017	KMI205	Teknik Reportase Dan Wawancara	B+	3	9.9	20172
47	2017	KMI207	Teori Komunikasi 1	A-	3	11.1	20171
48	2017	KMI208	Teori Komunikasi 2	A	3	12	20172
49	2012	ESA132	Toefl 1	A	2	8	20161
50	2012	ESA133	Toefl 2	A	2	8	20162

Notes:

ybs telah memenuhi syarat sidang skripsi.

ghz-p. 22
 7/20
 kbal e

Total SKS 132
IPK 3.65

Jakarta, 22 Juli 2020
 Biro Administrasi Akademik

Daftar nilai ini bukan dokumen resmi, tidak dapat digunakan untuk pihak ketiga.
 Bila terdapat ketidaksesuaian dengan dokumen resmi, maka cetakan ini tidak berlaku

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan ini memiliki fungsi untuk menjawab fokus penelitian pada penelitian yang berjudul **Strategi Kreatif Kreator Konten Pada Channel CameoProject di Youtube**. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh channel CameoProject di Youtube:

1. Mohon Kakak memperkenalkan diri, nama lengkap dan jabatan di CameoProject.
2. Sudah berapa lama Kak Randy bekerja di CameoProject dan menjabat sebagai *Content Head & Socmed Manager*?
3. Menurut Kak Randy, Apa itu CameoProject?
4. Apa yang membedakan konten CameoProject dengan konten youtuber lain?
5. Bagaimana Ide awal pembuatan Channel CameoProject di Youtube?
6. Target apa yang ingin dicapai oleh CameoProject dalam pembuatan Channel di Youtube?
7. Pada tahap mendapatkan penonton, CameoProject memiliki beragam konten di channel Youtube CameoProject, mulai dari Cerita Tentang, POV, Receh Battle, Series, Musik, *Creators For Change*, dan lain-lain. Sebenarnya karakteristik penonton seperti apa yang ingin dijangkau oleh CameoProject dalam pembentukan channel Youtube ini?
8. Karena isi konten pada channel CameoProject beragam, pastinya tiap isi konten memiliki target penonton yang berbeda. Bagaimana Kak Randy dan tim kreatif menentukan target penonton pada setiap isi konten?
9. CameoProject terpilih menjadi *Ambassador Youtube Creator for Change*. Bagaimana ide CameoProject dalam pemilihan topik pada pembuatan konten untuk *Youtube Creator for Change*?
10. Sebagai *Ambassador Youtube Creators For Change*, CameoProject membuat konten yang mengangkat tentang isu yang terjadi di lingkungan sekitar. Hal apa yang ingin dicapai CameoProject dalam pembuatan konten *Youtube Creators For Change* ini?
11. Pendekatan seperti apa yang dirancang oleh Tim Kreatif dalam setiap pembuatan konten *Creators for Change*?
12. Langkah-langkah apa yang digunakan oleh Tim Kreatif CameoProject dalam menemukan inspirasi pembuatan konten?
13. Cara apa yang digunakan CameoProject dalam membuat konten dengan menyelaraskan minat penonton?
14. Dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, konten apa yang produksinya lebih praktis dan mudah untuk dibuat secara konsisten?
15. Referensi apa yang digunakan saat membuat konten tersebut?
16. Pada saat CameoProject ingin menambahkan konten baru pada channel, rencana apa yang dilakukan oleh Tim Kreatif dalam pembuatan konten baru?
17. Youtube memiliki algoritma yang tertera dalam *website* resminya. Hal apa yang dilakukan oleh CameoProject dalam mengoptimalkan channel sehingga konten yang diunggah dapat masuk ke beranda penonton baru dan menjadi salah satu video yang disarankan oleh pihak Youtube?

18. Dalam hal pengoptimalan channel, terdapat juga pengoptimalan konten. Langkah-langkah seperti apa yang dilakukan CameoProject dalam mengoptimalkan konten di Youtube?
19. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan judul pada setiap konten agar menarik penonton untuk menonton konten CameoProject?
20. Bagaimana CameoProject memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Youtube seperti *cards*, *end screen*, dan sebagainya secara optimal?
21. Banyak Youtubers yang menggunakan trending topik sebagai bahan dari konten mereka. Lalu, bagaimana cara CameoProject dalam mengolah topik yang sedang tren dan menjadikannya sebagai suatu konten yang menarik dan bermanfaat?
22. Jika tidak menemukan isu yang menarik untuk dijadikan konten, bagaimana cara CameoProject menyalasi hal tersebut agar terus dapat memproduksi sebuah konten?
23. CameoProject ini memiliki banyak program acara yang tayang secara berkelanjutan, seperti POV, Cerita Tentang, Receh Battle, dan lain-lainnya. Bagaimana cara Tim Kreatif mempertahankan konsistensi konten agar penonton tidak mudah bosan dengan program acara tersebut?
24. Untuk meningkatkan jumlah penonton, banyak kreator konten berkolaborasi dalam membuat suatu konten. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan pilihan kreator tamu untuk diajak berkolaborasi?
25. Apabila kreator tamu setuju melakukan kolaborasi. Bagaimana cara CameoProject menentukan format konten yang menarik?
26. Kriteria kreator tamu seperti apa yang biasanya CameoProject datangkan untuk melakukan kolaborasi konten?
27. Bagaimana perubahan yang terjadi pada channel Youtube CameoProject saat sebelum dan sesudah mengunggah konten kolaborasi dengan kreator tamu?
28. Dilihat dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, terdapat banyak kreator tamu yang hadir untuk melakukan kolaborasi. Bagaimana cara CameoProject dalam membangun relasi dan mempertahankannya dengan kreator tamu agar mereka ingin kembali berkolaborasi dengan CameoProject?
29. Selain membagikan link konten melalui media sosial resmi CameoProject. Cara apa lagi yang dilakukan CameoProject untuk menyebarkan video ke khalayak luas?
30. Salah satu keunikan Youtube adalah kreator dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton. Untuk menjaga agar penonton tetap setia dengan channel CameoProject, langkah apa saja yang telah dilakukan CameoProject dalam berinteraksi dengan penonton?
31. Apakah CameoProject pernah mendapatkan ide konten dari komentar penonton?
32. Jika pernah, bagaimana cara Tim Kreatif mengembangkan ide tersebut menjadi sebuah konten yang menarik?
33. Bagaimana CameoProject membuat format video yang sesuai dengan *branding* channel agar dapat mempertahankan minat penonton?
34. Target dari CameoProject sendiri, berapa banyak konten yang harus diunggah dalam waktu seminggu?

35. Bagaimana Tim Kreatif merencanakan jadwal unggah konten di channel CameoProject?
36. Apa saja faktor pendukung dalam pembuatan konten CameoProject di Youtube?
37. Apa saja faktor penghambat dalam pembuatan konten CameoProject di Youtube?
38. Rencana kedepan apa yang akan dilakukan oleh CameoProject agar channel youtube CameoProject semakin berkembang?
39. Menurut Kak Stefanus, Apa itu CameoProject?
40. Sudah berapa lama Kak Stefanus bekerja dan menjabat sebagai *Production Head* di CameoProject?
41. Menurut Kak Stefanus, ciri khas apa yang menjadi pembeda channel CameoProject dengan channel yang lain?
42. Dalam membuat konten yang menarik, bagaimana cara CameoProject dalam menentukan topik?
43. Jika topik yang diangkat ternyata tidak mendapatkan atensi banyak penonton, langkah apa yang dilakukan oleh Tim Kreatif CameoProject?
44. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan judul pada setiap konten agar menarik penonton untuk menonton konten CameoProject?
45. CameoProject terpilih sebagai *Ambassador Youtube Creators for Change*, bagaimana ide CameoProject dalam pemilihan topik pada pembuatan konten untuk *Youtube Creator for Change*?
46. CameoProject membuat konten yang mengangkat tentang isu yang ada pada lingkungan sekitar untuk *Creators for Change*. Hal apa yang ingin dicapai CameoProject dalam pembuatan konten *Youtube Creators For Change* ini?
47. Pendekatan seperti apa yang dirancang oleh Tim Kreatif dalam setiap pembuatan konten *Creators for Change*?
48. Cara apa yang dilakukan CameoProject dalam menarik khalayak untuk menonton di channel Youtube CameoProject?
49. Bagaimana Tim Kreatif menyiiasiati cara mempertahankan penonton untuk terus menonton konten CameoProject?
50. Sebagai *Ambassador Youtube Creator for Change*, bagaimana strategi kreatif CameoProject dalam mengemas konten untuk *Youtube Creator for Change*?
51. Apa yang diharapkan CameoProject dalam membuat konten untuk *Youtube Creator for Change*?
52. Menurut Kak Stefanus sebagai *Production Head*, apakah CameoProject telah mengoptimalkan penggunaan fitur Youtube?
53. Cara apa yang biasanya dilakukan CameoProject dalam memanfaatkan fitur yang ada di Youtube?
54. Dalam melakukan kolaborasi dengan kreator tamu, hal apa yang menjadi dasar CameoProject dalam pemilihan kreator tamu?
55. Lalu bagaimana cara CameoProject mempertahankan relasi dengan kreator tamu agar nantinya mau untuk diajak kolaborasi kembali dikemudian hari?
56. Dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, konten apa yang produksinya lebih praktis dan mudah untuk dibuat secara konsisten?
57. Menurut Kak Stefanus, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pembuatan konten CameoProject?

58. Sudah berapa lama Kak Bayu bekerja di CameoProject dan menjabat sebagai *script writer*?
59. Menurut Kak Bayu, *branding* channel seperti apa yang melekat pada CameoProject?
60. Bagaimana keterlibatan Kak Bayu selaku *script writer* dalam pemilihan tema maupun topik dalam mempersiapkan konten pada channel CameoProject di Youtube?
61. Dalam membuat konten, bagaimana cara Kak Bayu mengolah topik ke dalam sebuah script yang nantinya akan dieksekusi menjadi konten yang menarik oleh tim produksi?
62. Bagaimana cara Kak Bayu selaku *script writer* CameoProject dalam mengembangkan tema dan topik yang telah ditentukan?
63. Langkah apa saja yang Kak Bayu lakukan dalam penulisan dialog interaktif agar penonton tertarik untuk berinteraksi pada konten CameoProject?
64. Referensi apa yang digunakan oleh Kak Bayu dalam penulisan naskah konten CameoProject?
65. Bagaimana proses Kak Bayu dalam penulisan naskah konten *Youtube Creator for Change* pada channel CameoProject di Youtube?
66. Menurut Kak Bayu, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan penulisan naskah?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Key Informan

Tanggal: 23 Juni 2020

Waktu: 13.27 WIB

Narasumber: Randy Wisnu

Jabatan: *Content Head & Social Media Manager*

1. Mohon Kakak memperkenalkan diri, nama lengkap dan jabatan di CameoProject.
Randy Wisnu Permana, Content Head and Socmed Manager.
2. Sudah berapa lama Kak Randy bekerja di CameoProject dan menjabat sebagai *Content Head & Socmed Manager*?
Di CameoProject udah sejak 2014, tapi menjadi Content Head and Socmed Manager sejak 2015.
3. Menurut Kak Randy, Apa itu CameoProject?
Lebih tepatnya bukan apa, tapi siapa CameoProject. Karena CameoProject merupakan kolektif grup yang memproduksi konten-konten hiburan dan inspiratif.
4. Apa yang membedakan konten CameoProject dengan konten youtuber lain?
Kami menggarap semua konten dengan nilai produksi yang cukup tinggi jika bisa dikatakan berkualitas, baik dari sisi konten maupun teknis.
5. Bagaimana Ide awal pembuatan Channel CameoProject di Youtube?
Jawaban ini bisa dilihat di wawancara andry dan martin sebagai founder cameo di link ini <https://www.youtube.com/watch?v=qprWmiybOZ0>
6. Target apa yang ingin dicapai oleh CameoProject dalam pembuatan Channel di Youtube?
Konten kami bisa menjadi inspirasi bagi siapapun yang menontonnya. Jika itu video hiburan yang kita buat, ya semoga terhibur.
7. Pada tahap mendapatkan penonton, CameoProject memiliki beragam konten di channel Youtube CameoProject, mulai dari Cerita Tentang, POV, Receh Battle, Series, Musik, *Creators For Change*, dan lain-lain. Sebenarnya karakteristik penonton seperti apa yang ingin dijangkau oleh CameoProject dalam pembentukan channel Youtube ini?
Dari segi penonton, porsi terbesar penonton CameoProject adalah penonton usia 18-24 tahun (45,8%) dan penonton usia 25-34 tahun (25,4%). Kami tidak mengidentikkan diri sebagai channel untuk usia di bawah 18 tahun. Sehingga yang kami harapkan yang menonton channel CameoProject adalah pelajar yang tidak hanya mencari konten hiburan tapi juga mencari tontonan inspiratif, usia aktif pekerja yang mencari alternatif tontonan yang menghibur serta penonton lain yang mencari tontonan yang bersifat nasionalisme

8. Karena isi konten pada channel CameoProject beragam, pastinya tiap isi konten memiliki target penonton yang berbeda. Bagaimana Kak Randy dan tim kreatif menentukan target penonton pada setiap isi konten?
Sebenarnya sebagai Youtube Creator, kami sudah memiliki audience kami sendiri, tinggal bagaimana bisa meyeentuh ke audience yang lebih besar tetapi juga dengan tidak merubah secara drastis tipe konten yang kita produksi. Garis besarnya, kami membuat konten dengan 2 tipe: konten hiburan dan konten inspiratif
9. CameoProject terpilih menjadi *Ambassador Youtube Creator for Change*. Bagaimana ide CameoProject dalam pemilihan topik pada pembuatan konten untuk *Youtube Creator for Change*?
Kami terpilih 2x sebagai Creators for Change Ambassador yakni tahun 2017 dan 2018. Di 2017 kami hanya membuat workshop di 10 kota di Indonesia. Di 2018, kami melihat banyak kaum-kaum marjinal yang tidak mendapat ekspose dikarenakan beragam hal, seperti bertato dan transgender, padahal mereka mempunyai pengaruh dan kemampuan di dalam masyarakat. Berawal dari itu kami membuat 3 video dokumenter tentang Teroris yang sudah bertaubat, orang-orang dengan tato di tubuhnya tetapi menjadi pendeta dan chef, dan seorang transgender yang menjadi aktivis dan menulis buku.
10. Sebagai *Ambassador Youtube Creators For Change*, CameoProject membuat konten yang mengangkat tentang isu yang terjadi di lingkungan sekitar. Hal apa yang ingin dicapai CameoProject dalam pembuatan konten *Youtube Creators For Change* ini?
Kami ingin masyarakat khususnya penonton Youtube yang punya beragam latar belakang mengetahui bahwa ada masalah yang mungkin luput untuk dapat ekspose di media
11. Pendekatan seperti apa yang dirancang oleh Tim Kreatif dalam setiap pembuatan konten *Creators for Change*?
Sebelum memproduksi konten, kami melakukan riset primer dan sekunder sehingga konten yang kami buat sangat bisa dipertanggungjawabkan. Tapi ini berlaku untuk konten jenis dokumenter atau features. Sedang untuk jenis konten lainnya, kami selalu berpegang untuk membuat konten yang tidak merendahkan atau merugikan pihak lain.
12. Langkah-langkah apa yang digunakan oleh Tim Kreatif CameoProject dalam menemukan inspirasi pembuatan konten?
Ini sih banyak ya, yang jelas tim kreatif CameoProject harus membuka wawasan akan jenis konten-konten lain dan tidak bersikap jika konten kami yang paling baik.
13. Cara apa yang digunakan CameoProject dalam membuat konten dengan menyelaraskan minat penonton?
Jelas yang pertama kami melihat tren yang ada, baik tren yang ada di percakapan *social media* atau tren yang memang lagi *happening* di

Indonesia. Setelah itu baru kita selaraskan dengan program apa yang cocok dengan tren tersebut.

14. Dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, konten apa yang produksinya lebih praktis dan mudah untuk dibuat secara konsisten?
Konten hiburan dan *talkshow* adalah tipe konten di CameoProject yang paling praktis dibikin, seperti Receh Battle dan POV.
15. Referensi apa yang digunakan saat membuat konten tersebut?
Jika Receh Battle referensinya dari Dad Jokes, jika konten lain kami *discover* video-video di Youtube, jadi bisa dapar referensi dari *channel* dalam negeri atau *channel* luar negeri seperti Soul Pancake, Jubile, Cut, Asian Boss, dll.
16. Pada saat CameoProject ingin menambahkan konten baru pada channel, rencana apa yang dilakukan oleh Tim Kreatif dalam pembuatan konten baru?
Promosi lebih dahulu pastinya di seluruh aset socmed kami
17. Youtube memiliki algoritma yang tertera dalam *website* resminya. Hal apa yang dilakukan oleh CameoProject dalam mengoptimalkan channel sehingga konten yang diunggah dapat masuk ke beranda penonton baru dan menjadi salah satu video yang disarankan oleh pihak Youtube?
Jujur, algoritma Youtube saat ini jauh berbeda dari beberapa tahun lalu. Jika sekarang, pasti ada *suggest* video-video dari tahun-tahun lama yang hadir di berandamu, bukan? Jika untuk konten baru, kita tetap memaksimalkan *tagging*, *Community tab* serta *cross promotion* di socmed CameoProject.
18. Dalam hal pengoptimalan channel, terdapat juga pengoptimalan konten. Langkah-langkah seperti apa yang dilakukan CameoProject dalam mengoptimalkan konten di Youtube?
Penonton CameoProject tahu bahwa kami memiliki 2 jenis konten: hiburan dan inspiratif. Secara teknis, kami akan terus memperbaiki tampilan, dari sisi konten, kita cari tren/berita yang cocok untuk kita produksi ke dalam konten.
19. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan judul pada setiap konten agar menarik penonton untuk menonton konten CameoProject?
Tidak ada formula resmi yang kami pakai, tapi yang pasti unsur *clickbait* masih menjadi hal yang kami pertimbangkan untuk dipakai.
20. Bagaimana CameoProject memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Youtube seperti *cards*, *end screen*, dan sebagainya secara optimal?
Kami menggunakan semua fitur itu.
21. Banyak Youtubers yang menggunakan trending topik sebagai bahan dari konten mereka. Lalu, bagaimana cara CameoProject dalam mengolah topik yang sedang tren dan menjadikannya sebagai suatu konten yang menarik dan bermanfaat?

Kami melihat dulu apakah trending topik itu cocok untuk menjadi konten di youtube CameoProject. Jika cocok, kita akan *brainstorming* untuk kemudian kita produksi.

22. Jika tidak menemukan isu yang menarik untuk dijadikan konten, bagaimana cara CameoProject menyiasati hal tersebut agar terus dapat memproduksi sebuah konten?

Kami konsisten untuk tetap memberikan konten hiburan dan konten inspiratif walau tidak ada tren yang *happening*. Karena kami berkomitmen untuk memberikan tayangan ke penonton kami karena juga kami mempunyai reguler konten tiap minggunya.

23. CameoProject ini memiliki banyak program acara yang tayang secara berkelanjutan, seperti POV, Cerita Tentang, Reche Battle, dan lain-lainnya. Bagaimana cara Tim Kreatif mempertahankan konsistensi konten agar penonton tidak mudah bosan dengan program acara tersebut?

Ada kalanya kita perlu memberi waktu istirahat untuk beberapa konten. Hal ini kita lakukan agar penonton kami tidak menjadi bosan untuk mengunjungi channel kami. Tapi ketika kami anggaplah mendapat peluang mendatangkan bintang tamu yang cocok untuk konten-konten tersebut, kami akan langsung menggarapnya kembali.

24. Untuk meningkatkan jumlah penonton, banyak kreator konten berkolaborasi dalam membuat suatu konten. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan pilihan kreator tamu untuk diajak berkolaborasi?

Kami tidak melihat jumlah *subscribers* dari kolaborator ketika kita berkolaborasi. Ayo-ayo aja, selama saling menguntungkan dan memang cocok untuk konten-konten CameoProject.

25. Apabila kreator tamu setuju melakukan kolaborasi. Bagaimana cara CameoProject menentukan format konten yang menarik?

Kami tidak akan mengajak kolaborator untuk berkolaborasi di konten-konten yang mereka merasa keberatan. Kami tawarkan program-program yang ada, jika bersedia maka lanjut.

26. Kriteria kreator tamu seperti apa yang biasanya CameoProject datangkan untuk melakukan kolaborasi konten?

Tidak ada kriteria khusus.

27. Bagaimana perubahan yang terjadi pada channel Youtube CameoProject saat sebelum dan sesudah mengunggah konten kolaborasi dengan kreator tamu?

Kolaborator selama ini membawa dampak yang signifikan untuk channel CameoProject.

28. Dilihat dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, terdapat banyak kreator tamu yang hadir untuk melakukan kolaborasi. Bagaimana cara CameoProject dalam membangun relasi dan mempertahankannya dengan kreator tamu agar mereka ingin kembali berkolaborasi dengan CameoProject?

Pada dasarnya kami berteman baik dengan mereka, jikapun baru kenal, kami pasti akan memberikan pelayanan terbaik. Dan yang penting,

sebelum video dengan kolaborator tayang, kami memberikan preview terlebih dahulu untuk meminta persetujuan dari kreator, dalam rangka menjaga hubungan baik kedepannya

29. Selain membagikan link konten melalui media sosial resmi CameoProject. Cara apa lagi yang dilakukan CameoProject untuk menyebarkan video ke khalayak luas?
Ada beberapa momen kami bekerja sama dengan platform lain dalam menyebarkan konten-konten kami.
30. Salah satu keunikan Youtube adalah kreator dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton. Untuk menjaga agar penonton tetap setia dengan channel CameoProject, langkah apa saja yang telah dilakukan CameoProject dalam berinteraksi dengan penonton?
Kami memberikan kesempatan ke penonton kami untuk ikut nimbrung dan kemudian jadi konten, seperti contoh kami membuat reche battle live di instagram dan kami tayangkan di Youtube CameoProject, sehingga mereka juga bisa merasakan turut serta dalam video-video CameoProject.
31. Apakah CameoProject pernah mendapatkan ide konten dari komentar penonton?
Pernah.
32. Jika pernah, bagaimana cara Tim Kreatif mengembangkan ide tersebut menjadi sebuah konten yang menarik?
Yang pertama kita lihat ide tersebut cocok masuk di program apa. Jika sudah ditentukan, kita membuat meeting kreatif untuk kebutuhan pra-produksi.
33. Bagaimana CameoProject membuat format video yang sesuai dengan *branding* channel agar dapat mempertahankan minat penonton?
Konsisten adalah kuncinya. Kami dikenal mampu untuk membuat video dokumenter berdasarkan data bukan asumsi, kami juga terdiri dari beberapa komedian sehingga apabila ketika kita memutuskan membuat konten hiburan maka itu menjadi nilai plusnya.
34. Target dari CameoProject sendiri, berapa banyak konten yang harus diunggah dalam waktu seminggu?
3 video dalam seminggu.
35. Bagaimana Tim Kreatif merencanakan jadwal unggah konten di channel CameoProject?
Kita ada program bulanan sehingga konten yang kita produksi menyesuaikan dengan program bulanan ini.
36. Apa saja faktor pendukung dalam pembuatan konten CameoProject di Youtube?
Tim produksi yang lengkap, aset *social media* yang cukup besar.

37. Apa saja faktor penghambat dalam pembuatan konten CameoProject di Youtube?

Jadwal pemain, narasumber, atau jadwal produksi *Production House* yang bertubrukan.

38. Rencana kedepan apa yang akan dilakukan oleh CameoProject agar channel youtube CameoProject semakin berkembang?

Kami ada beberapa *movement affair* yang kami rencanakan tahun ini sehingga CameoProject bisa berkontribusi di masyarakat. Untuk channel Youtube sendiri, kami masih terus akan menghadirkan konten-konten yang tidak hanya menghibur tapi juga mengispirasi dengan memperbanyak referensi sehingga pesan-pesan yang ingin kami sampaikan ke masyarakat dapat ditangkap dengan baik

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Informan

Tanggal: 23 Juni 2020

Waktu: 13.28 WIB

Narasumber: Stefanus Laurence

Jabatan: *Production Head*

1. Mohon Kakak memperkenalkan diri, nama lengkap dan jabatan di CameoProject?
Nama Saya Stefanus Laurence Pattinama, biasa di panggil Steve. Di Cameo saya sebagai Talent & Production Head.
2. Menurut Kak Stefanus, Apa itu CameoProject?
Cameo bagi saya itu adalah sebuah rumah yang berisikan anak-anak muda untuk berkreasi dan berkeaktivitas.
3. Sudah berapa lama Kak Stefanus bekerja dan menjabat sebagai *Production Head* di CameoProject?
Sudah sekitar 7 tahunan.
4. Menurut Kak Stefanus, ciri khas apa yang menjadi pembeda channel CameoProject dengan channel yang lain?
Menurut saya yang membedakan Cameo Dengan Channel Lain adalah Di Cameo kita tidak sekedar membuat konten yang kita suka atau orang lain suka, tetapi kita sebisa mungkin membuat konten yang membawa *impact* atau menjadi inspirasi buat orang yang menonton nya.
5. Dalam membuat konten yang menarik, bagaimana cara CameoProject dalam menentukan topik?
Biasanya masing-masing dari kita mengangkat satu topik untuk kita garap, topiknya itu rata-rata berasal dari keresahan banyak orang. Setelah terkumpul beberapa topik lalu kita diskusi untuk topik mana yang paling *possible* untuk kita garap.
6. Jika topik yang diangkat ternyata tidak mendapatkan atensi banyak penonton, langkah apa yang dilakukan oleh Tim Kreatif CameoProject?
Kita biasanya membuat beberapa konten pilihan. Ada yang di sukai banyak orang, dan ada juga konten idealis yang kita tidak peduli kan seberapa banyak orang yang menonton itu.
7. Bagaimana cara CameoProject dalam menentukan judul pada setiap konten agar menarik penonton untuk menonton konten CameoProject?
Sebisa mungkin kita akan kaitkan dengan kejadian yang lagi *happening* saat itu, tapi tidak keluar dari topik video tersebut. Terkadang kita juga suka menggunakan judul *Clickbait*, tetapi yang masih relevan dengan isi videonya.

8. CameoProject terpilih sebagai *Ambassador Youtube Creators for Change*, bagaimana ide CameoProject dalam pemilihan topik pada pembuatan konten untuk *Youtube Creator for Change*?
Sama hal nya ketika kita membuat konten biasa. Masing masing dari kita akan mencari topik yang menarik, dan kita akan pilih konten yang posible kita garap.
9. CameoProject membuat konten yang mengangkat tentang isu yang ada pada lingkungan sekitar untuk *Creators for Change*. Hal apa yang ingin dicapai CameoProject dalam pembuatan konten *Youtube Creators For Change* ini?
Yang ingin kita sampaikan adalah Kita ingin meng-encourage banyak orang untuk speak up akan ketidakadilan atau ketidakbenaran yang terjadi di sekeliling kita. Banyak dari kita menyadari hal tersebut tetapi enggan untuk speak up.
10. Pendekatan seperti apa yang dirancang oleh Tim Kreatif dalam setiap pembuatan konten *Creators for Change*?
Sudah pasti yang kita lakukan pertama adalah research info info akan tema tersebut, dan mem follow up nara sumber jika ada nara sumber. Jika semua nya sudah ready, tinggal kita eksekusi.
11. Cara apa yang dilakukan CameoProject dalam menarikhalayak untuk menonton di channel Youtube CameoProject?
Kita pernah mencoba untuk membuat tayangan 5x seminggu dan memperbanyak variasi konten.
12. Bagaimana Tim Kreatif menyiasati cara mempertahankan penonton untuk terus menonton konten CameoProject?
Selalu membuat tayangan yang di sukai kebanyakan penonton.
13. Sebagai *Ambassador Youtube Creator for Change*, bagaimana strategi kreatif CameoProject dalam mengemas konten untuk *Youtube Creator for Change*?
Tetap membuat video idealis kita tetapi sebisa mungkin di kemas dengan menarik dengan tujuan yang mennonton tidak bosan dengan tayangan nya.
14. Apa yang diharapkan CameoProject dalam membuat konten untuk *Youtube Creator for Change*?
Harapannya yang menonton bisa melihat sisi positif dari tayangan yang kita buat dan menerima perbedaan pandangan sekalipun pemikiran yang menonton berbeda dengan apa yang mereka tonton.
15. Menurut Kak Stefanus sebagai *Production Head*, apakah CameoProject telah mengoptimalkan penggunaan fitur Youtube?
Sebisa mungkin kita selalu mengoptimalkan.
16. Cara apa yang biasanya dilakukan CameoProject dalam memanfaatkan fitur yang ada di Youtube?

Selalu mencoba fitur -itur baru yang ada di youtube, dan aktif di youtube community.

17. Dalam melakukan kolaborasi dengan kreator tamu, hal apa yang menjadi dasar CameoProject dalam pemilihan kreator tamu?

Karakter yang pas dengan tayangan tersebut.

18. Lalu bagaimana cara CameoProject mempertahankan relasi dengan kreator tamu agar nantinya mau untuk diajak kolaborasi kembali dikemudian hari?

Jadikan mereka sebagai teman, bukan hanya sekedar bintang tamu di konten kita.

19. Dari banyaknya konten yang ada pada channel CameoProject, konten apa yang produksinya lebih praktis dan mudah untuk dibuat secara konsisten?

Receh Battle. Karena set nya sama di tiap episodenya, dan materinya pun tidak susah untuk mencarinya.

20. Menurut Kak Stefanus, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pembuatan konten CameoProject?

Faktor pendukung adalah kita sudah mempunyai alat-alat yang cukup untuk membuat sebuah konten, Di samping itu juga kita masing-masing bisa acting untuk menjadi Talent nya. Kalau Faktor penghambat nya itu adalah ketika kita ingin membuat konten dengan penggarapan movie look, tetapi tidak ada client nya alias tidak ada uang nya.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Informan

Tanggal: 23 Juni 2020

Waktu: 13.30 WIB

Narasumber: Bayu Agung Setianto

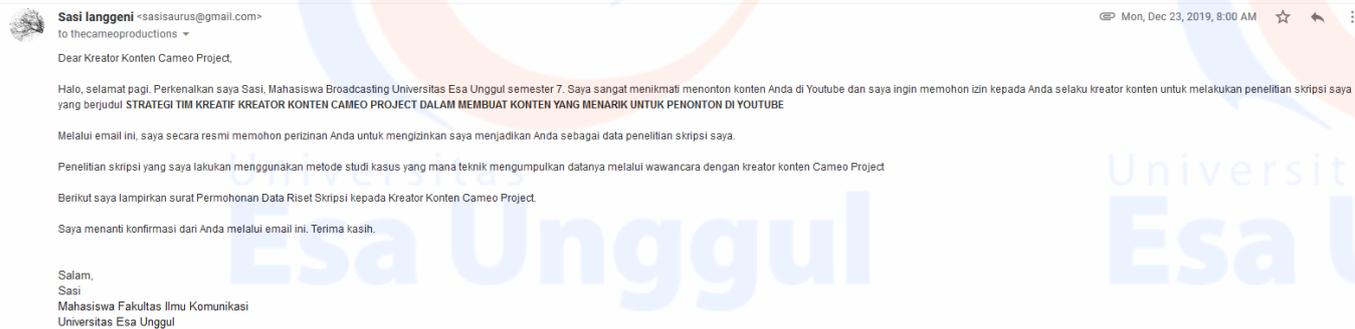
Jabatan: Penulis Naskah

1. Mohon Kakak memperkenalkan diri, nama lengkap dan jabatan di CameoProject ?
Bayu agung setianto sebagai *script writer*.
2. Sudah berapa lama Kak Bayu bekerja di CameoProject dan menjabat sebagai *script writer*?
Saya udah 4 bulan bekerja di Cameo.
3. Menurut Kak Bayu, *branding* channel seperti apa yang melekat pada CameoProject?
Menurut saya *branding* yang melekat di CameoProject adalah komedi rekeh dalam bentuk sketsa, short movie, dan fun talk.
4. Bagaimana keterlibatan Kak Bayu selaku *script writer* dalam pemilihan tema maupun topik dalam mempersiapkan konten pada channel CameoProject di Youtube?
Biasanya sih saya cuma membantu untuk pengembangan ide, ketika cara pengemasannya udah ada saya tinggal mengembangkan mau dibikin seperti apa kontennya. untuk topik diskusi bersama dengan teman yang lain.
5. Dalam membuat konten, bagaimana cara Kak Bayu mengolah topik ke dalam sebuah script yang nantinya akan dieksekusi menjadi konten yang menarik oleh tim produksi?
Saya selalu membayangkan kejadian nanti ketika eksekusi seperti apa, baru saya tuangkan ke dalam script.
6. Bagaimana cara Kak Bayu selaku *script writer* CameoProject dalam mengembangkan tema dan topik yang telah ditentukan?
Saya selalu membayangkan apa aja yang bisa terjadi dalam tema yang sudah ditentukan. lalu biasanya saya membuat alurnya, bagaimana awalnya, isinya, dan akhirnya. lalu terakhir memasukan jokes yang kepikiran untuk konten tersebut.
7. Langkah apa saja yang Kak Bayu lakukan dalam penulisan dialog interaktif agar penonton tertarik untuk berinteraksi pada konten CameoProject?
Menyisipkan jokes kalo kalo ada jokesnya, kalo engga nemu jokesnya biasanya saya membuat dialog yang berisi info apapun yg menarik.

8. Referensi apa yang digunakan oleh Kak Bayu dalam penulisan naskah konten CameoProject?
Saya sih lebih ke sitkom kayak modern family, baja bajuri terus kadang vlog
9. Bagaimana proses Kak Bayu dalam penulisan naskah konten *Youtube Creator for Change* pada channel CameoProject di Youtube?
Jujur saya sih ngga terlalu berfokus bagaimana naskah harus menginspirasi orang atau apapun, tapi yg penting buat saya sih selama ngga menyinggung, selama masih aman, selama kontennya masih sopan lanjutin aja.
10. Menurut Kak Bayu, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan penulisan naskah?
Faktor pendukung dalam menulis naskah kalo dari saya sih pengen melihat hasil tulisan saya divisualkan. sedangkan faktor penghambatnya adalah males, mikirin konten ternyata udah ada, belum nemu jokesnya.

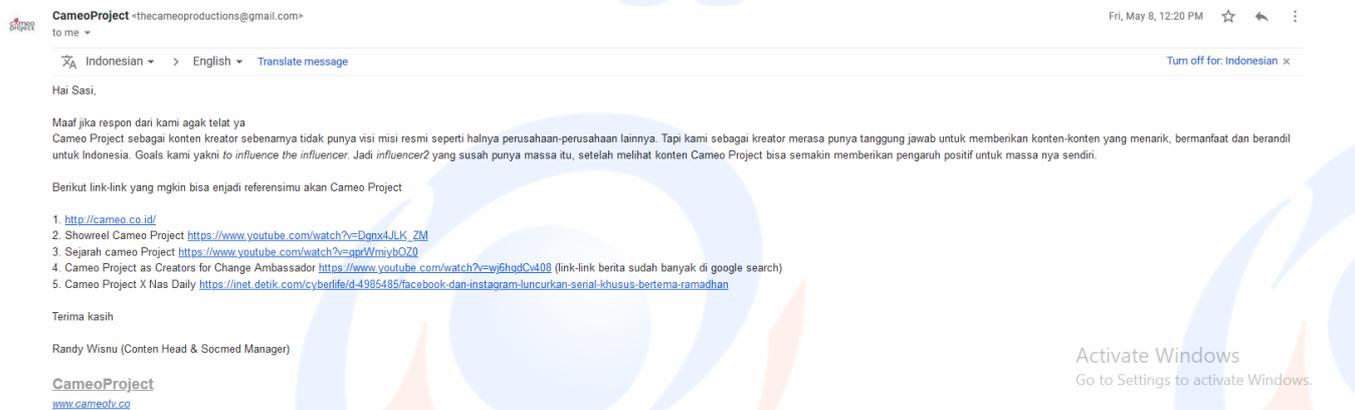
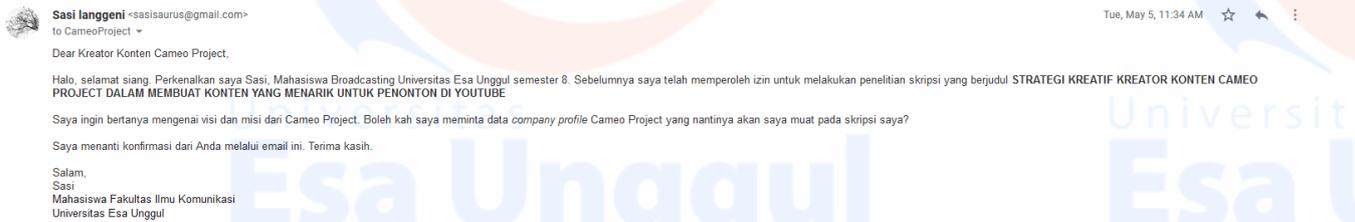
Gambar 1

Permohonan Izin Data Skripsi



Gambar 2

Permohonan Data Skripsi



Gambar 3
Pengajuan Daftar Wawancara



Gambar 4
Balasan Narasumber

