

**Analisis Tekstual *Gimmick* pada Konten *Live Streaming YouTube***

**Windah Basudara sebagai Strategi Kreatif dalam Menarik**

**Jumlah *Viewers***



**Disusun Oleh:**

**Hilman Heno Cahyono 19043010236**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**


**Analisis Tekatual *Gimmick* pada Konten *Live Streaming YouTube* Windah Basudara  
sebagai Strategi Kreatif dalam Menarik Jumlah *Viewers***

Disusun oleh :

**Hilman Heno Cahyono**  
NPM. 19043010236

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,  
**PEMBIMBING**

  
**Dr. Syafrida Nurrahmi F. M. Med Kom**  
NIP. 198302232021212008

Mengetahui,  
**DEKAN FISIP**

  
**Dr. CATUR-SURATNOAJI, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

*Analisis Teksual Glawiok pada Konten Live Streaming YouTube Windah Basudara  
sebagai Strategi Kreatif dalam Menarik Jumlah Viewers*

Disusun oleh :

Hilman Heno Cahyono  
NPM. 15041010216

Telah dipertahankan diadaptsa dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 27 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji,

L. Ketua

  
Dr. Syafrida Nurrahmi P. M. McA Kom  
NIP. 198302232021212008

  
Dr. Syafrida Nurrahmi P. M. McA Kom  
NIP. 198302232021212008

1. Sekretaris

  
Dra. Dya Glawita M.Si  
NIP. 196601072021212001

3. Anggota

  
Roziana Fitriani S.Sos. M.A  
NIP. 17219820211048

Mengetahui,  
DEKAN FISIP

  
Dr. Catur Suratnoaji M.Si  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hilman Heno Cahyono  
NPM : 19043010236  
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS TEKSTUAL *GIMMICK* PADA KONTEN *LIVE STREAMING YOUTUBE* WINDAH BASUDARA SEBAGAI STRATEGI KREATIF DALAM MENARIK JUMLAH *VIEWERS*.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing,
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2024



(Hilman Heno Cahyono)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. Atas ridanya dengan ini saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Adapun Judul skripsi yang saya ajukan adalah **Analisis Tekstual *Gimmick* pada Konten *Live Streaming YouTube* Windah Basudara sebagai Strategi Kreatif dalam Menarik Jumlah *Viewers***. Skripsi ini diajukan untuk syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur. Tidak dapat dipungkiri bahwa membutuhkan usaha yang keras dan *support* serta petuah orang tua untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan sepenuhnya selesai tanpa dukungan orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Dr. Catur Suratnoaji M.SI, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Syafrida Nurrachmi F. M. Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Sekaligus Pembimbing yang banyak membantu dalam penelitian ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
4. Teman teman kampus yang selalu menemani, memberikan support dan membantu menyelesaikan penelitian ini kepada peneliti, Mafe, Usamah, Alvin, Ghani, Farhan, Qiqi, Cacang, Inaya, Echa, Ezarin.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah Swt. dan pada akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan segala kerendahan hati mengarapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Surabaya. 30 Mei 2024

Hilman Heno Cahyono

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
ABSTRAK .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Penelitian .....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	18
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 <i>YouTube</i> Sebagai Media Video Stream .....	19
2.3 Konten Gaming pada <i>YouTube</i> .....	22
2.4 <i>Gimmick</i> di Era Digital .....	24
2.5 Analisis Tekstual .....	27
2.6 Strategi Kreatif .....	30
2.7 Kerangka Berpikir .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	35
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Desain Penelitian .....	36
3.3 Definisi Konseptual .....	37
3.3.1 <i>Gimmick</i> .....	37
3.3.2 Strategi Kreatif .....	37
3.3.3. Media Sosial .....	38
3.3.4 Analisis Tekstual .....	38
3.4. Objek Penelitian .....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	39

3.6. Teknik Analisis data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	44
4.2.1 Konten <i>Live Stream</i> Pertama.....	44
4.2.1.1 <i>Gimmick</i> Akting Pemain.....	45
4.2.1.2 <i>Gimmick</i> Adegan <i>Suspense</i> (ketegangan).....	47
4.2.1.3 <i>Gimmick</i> Ekspresi.....	49
4.2.1.4 <i>Gimmick</i> <i>Jokes</i> (kelucuan).....	50
4.2.1.5 <i>Gimmick</i> Musik Ilustrasi.....	51
4.2.2 Konten <i>Live Stream</i> Kedua.....	52
4.2.2.1 <i>Gimmick</i> <i>Jokes</i> (kelucuan).....	53
4.2.2.2 <i>Gimmick</i> Akting Pemain.....	54
4.2.2.3 <i>Gimmick</i> Musik Ilustrasi.....	57
4.2.2.4 <i>Gimmick</i> Ekspresi.....	58
4.2.2.5 <i>Gimmick</i> Mimik.....	61
4.2.2.6 <i>Gimmick</i> Adegan <i>Suspense</i> (ketegangan).....	62
4.2.3 <i>Gimmick</i> Windah Basudara pada Konten <i>Live Streaming</i> .....	63
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
Lampiran 1. Capture Konten <i>LiveStream</i> Windah Basudara.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nominasi Content Creator Gaming Terfavorit Windah Basudara GTV.....	6
Gambar 1. 2 Channel YouTube Luthfi Halimawan.....	9
Gambar 1. 3 Channel Youtube BrandonKent Everything .....	10
Gambar 1. 4 Streaming Windah Basudara di bilang Stress oleh penonton di live chat....	11
Gambar 1. 5 Channel YouTube Windah Basudara.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 2. 2 <u>Konten Live Stream Kategori Populer</u> .....	33
Gambar 4. 1 Konten Windah Basudara 5 Tahun Lalu.....	43
Gambar 4. 2 Thumbnail Konten Live Stream Windah Basudara .....	44
Gambar 4. 3 Thumbnail Konten Live Stream Windah Basudara .....	52
Gambar 4. 4 Live Chat Random .....	66
Gambar 4. 5 Live Chat Absen 1.....	67
Gambar 4. 6 Live Chat Absen 2.....	68
Gambar 4. 7 Penghasilan Adsense Windah Basudara .....	70



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Screenshot 1 .....	45
Tabel 4. 2 Screenshot 2 .....	46
Tabel 4. 3 Screenshot 3 .....	47
Tabel 4. 4 Screenshot 4 .....	48
Tabel 4. 5 Screenshot 5 .....	49
Tabel 4. 6 Screenshot 6 .....	50
Tabel 4. 7 Screenshot 7 .....	51
Tabel 4. 8 Screenshot 8 .....	53
Tabel 4. 9 Screenshot 9 .....	54
Tabel 4. 10 Screenshot 10 .....	55
Tabel 4. 11 Screenshot 11 .....	56
Tabel 4. 12 Screenshot 12 .....	57
Tabel 4. 13 Screenshot 13 .....	58
Tabel 4. 14 Screenshot 14 .....	59
Tabel 4. 15 Screenshot 15 .....	60
Tabel 4. 16 Screenshot 16 .....	61
Tabel 4. 17 Screenshot 17 .....	62

## ABSTRAK

**HILMAN HENO CAHYONO, 19043010236, ANALISIS TEKSTUAL *GIMMICK* PADA KONTEN *LIVE STREAMING YOUTUBE* WINDAH BASUDARA SEBAGAI STRATEGI KREATIF DALAM MENARIK JUMLAH *VIEWERS*.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gimmick pada live stream YouTube dengan tujuan menarik jumlah viewers atau penonton YouTubanya. Melihat semakin berkembangnya teknologi dan persaingan antar *YouTuber* semakin tinggi peneliti akan meneliti strategi kreatif yang dilakukan oleh Windah Basudara untuk menarik jumlah viewersnya. Selanjutnya akan diteliti dengan klasifikasi *Gimmick* menurut Anton Mabruhi dari 2 konten *Live Stream* Windah Basudara. Dari kedua konten *Live Stream* tersebut akan diambil beberapa klip dengan *screenshot*(tangkapan layar) yang menunjukkan *Gimmick* lalu di teliti menggunakan Analisis Tekstual McKee. Peneliti melakukan perbandingan *Views* ketika sebelum dan sesudah menggunakan *Gimmick* pada konten *Live Stream* Windah Basudara dengan tangkapan layar dari beberapa konten *Live Stream*. Dengan adanya *gimmick* sebagai strategi kreatif Windah Basudara mampu untuk menarik jumlah *Views* yang ada.

**Kata Kunci :** *Gimmick*, Strategi Kreatif, *Live Stream YouTube*

## ABSTRACT

**HILMAN HENO CAHYONO, 19043010236, TEXTUAL *GIMMICK* ANALYSIS ON WINDAH BASUDARA'S *YOUTUBE LIVE STREAMING* CONTENT AS A CREATIVE STRATEGY IN ATTRACTING THE NUMBER OF *VIEWERS*.**

This study aims to analyze gimmick on Live Stream Youtube with the aim of attracting the number of viewers or YouTube audience. Seeing the development of technology and competition between YouTubers the higher the researcher will examine the creative strategies carried out by Windah Basudara to attract the number of viewers. Furthermore, it will be examined with the classification of gimmick according to Anton Mabruri from 2 Live Stream Windah Basudara content. From the two live stream content, several clips will be taken with a screenshot (screenshot) that shows the gimmick and then examined using McKee textual analysis. Researchers make a comparison of views when before and after using a gimmick on the Live Stream Content Windah Basudara with screenshots from several live stream content. With the gimmick as a creative strategy Windah Basudara is able to attract the number of views that exist

**Keywords :** *Gimmick, Creative Strategy, Live Stream YouTube*