

PROMOSI DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN *CHANNEL* YOUTUBE
(Studi Fenomenologi Terhadap *Channel* YouTube Dalang Pelo)

DIMAS BAGUS MAULANA

Abstrak

Dalang Pelo merupakan suatu animasi yang sedang populer di media sosial khususnya YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan dimensi promosi digital yang dilakukan oleh *channel* YouTube Dalang Pelo. Konsep dan model yang relevan dan cocok untuk digunakan untuk penelitian ini antara lain komunikasi massa, *digital marketing*, media sosial, *brand awareness*, dan keputusan pembelian, model yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah penggunaan dimensi promosi digital yang dilakukan oleh *channel* YouTube Dalang Pelo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini memberikan penjelasan mengenai penggunaan dimensi promosi digital yang dilakukan oleh *channel* YouTube Dalang Pelo antara lain *SEO (Search Engine Optimization)* *affiliate marketing and strategic partnership*, *public realtion online*, *social network*, *customer realtionship management*. Dengan menggunakan dimensi promosi digital *channel* YouTube Dalang Pelo berhasil mendapatkan *subscriber* mencapai 1.5 juta *subscriber*.

Kata Kunci: Promosi Digital, Dalang Pelo, YouTube.

DIGITAL PROMOTION IN DEVELOPMENT OF YOUTUBE CHANNEL

(Phenomenological Study of the Dalang Pelo YouTube Channel)

DIMAS BAGUS MAULANA

Abstract

Dalang Pelo is an animation that is currently popular on social media, especially YouTube. This study aims to determine the use of digital promotion dimensions carried out by the Dalang Pelo YouTube channel. Concepts and models that are relevant and suitable for use in this study include mass communication, digital marketing, social media, brand awareness, and purchasing decisions, the model that is the main focus of this research is the use of digital promotion dimensions carried out by the Dalang Pelo YouTube channel. This research was conducted using descriptive qualitative research methods, the approach used in this study is the phenomenology approach. The results of this study provide an explanation of the use of digital promotion dimensions performed by the Dalang Pelo YouTube channel, including SEO (Search Engine Optimization) affiliate marketing and strategic partnerships, online public relation, social networks, customer relationship management. By using the digital promotion dimension of the YouTube channel Mastermind Pelo managed to get the subscriber to reach 1.5 million subscribers

Key Word: *Digital Promotion, Dalang Pelo, YouTube*