

**IPPAR Model Pendekatan Konten Kreator dalam Strategi Meraih  
*Engagement* di Sosial Media pada *Channel* YouTube Selontok Fish  
Official**

**Sahdan<sup>1</sup>, Dwi Maharani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Darma Palembang

sptrsahdan@gmail.com<sup>1</sup>, dwimaharani@binadarma.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This research aims to reveal the content strategy of Selontok Fish Official in achieving engagement on social media, particularly on their YouTube channel. Employing a qualitative approach, the study investigates the object naturally, with the researcher serving as the primary instrument. The analysis techniques involve SWOT Analysis and IPPAR Model, and the data analysis is inductive. The research focuses on content strategy, especially the use of the Palembang language, and overcoming production constraints with innovative solutions. The conclusion highlights the success of the creative team Selontok Fish Official, originating from individual efforts, their vision in the Palembang language, and efforts to promote local cultural richness. With hopes for continuous growth, achieving higher milestones, and providing economic benefits to the team and community, this research demonstrates that success in the creative content realm can generate a broad positive impact.*

**Keywords:** content creator, engagement, Palembang language, SWOT, IPPAR model

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi konten Selontok Fish Official dalam mencapai *engagement* di media sosial, khususnya di *channel* YouTube mereka. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menginvestigasi objek secara alamiah, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Teknik analisis menggunakan Model IPPAR, dan analisis data bersifat induktif. Penelitian ini terfokus pada strategi konten, khususnya penggunaan bahasa Palembang, serta mengatasi kendala produksi dengan solusi inovatif. Kesimpulan menyoroti kesuksesan tim kreatif Selontok Fish Official yang bermula dari usaha individu, visi dalam bahasa Palembang, dan upaya promosi kekayaan budaya setempat. Dengan harapan untuk terus berkembang, meraih prestasi lebih tinggi, dan memberikan manfaat ekonomi bagi tim dan komunitas, penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan di ranah konten kreatif dapat menciptakan dampak positif yang luas.

**Kata Kunci:** konten kreator, *engagement*, bahasa Palembang, SWOT, model IPPAR

**PENDAHULUAN**

Di era modern ini, informasi telah menjadi landasan utama dalam membentuk pemahaman kita terhadap dunia. Fenomena ini semakin diperkuat oleh dominasi media sosial, khususnya YouTube, yang telah menjadi panggung utama bagi berbagai kreasi dan ekspresi kreatif. Pergeseran dari media massa konvensional menuju media sosial menciptakan gelombang baru dalam bentuk konten kreator. Dalam ranah ini, "Selontok Fish Official," sebuah kanal YouTube asal Palembang, menjelma sebagai perwakilan keberhasilan kreativitas di tengah maraknya dunia digital. Penelitian ini

mendalami strategi konten Selontok Fish Official dalam meraih *engagement* di media sosial, khususnya di kanal YouTube mereka. Dengan memanfaatkan Model IPPAR (Insight, Program strategic, Program implementation, Action, and Reputation) penelitian bertujuan mengungkap pola dan faktor-faktor yang membentuk pedoman bagi para kreator konten dalam merancang materi yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dan mampu menciptakan daya tarik tinggi.

Rumusan masalah penelitian difokuskan pada strategi konten Selontok Fish Official dalam meraih *engagement* di media sosial, terutama di kanal YouTube mereka. Dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi kreatif ini serta kontribusinya dalam memahami strategi konten kreator dan *engagement* di *platform* YouTube. Sehingga, penelitian ini menghadirkan pertanyaan esensial, yaitu "Bagaimana Strategi Konten Kreator dalam Meraih *Engagement* di Media Sosial pada *Channel* YouTube Selontok Fish Official?"

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis dengan mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi tingkat *engagement*, serta mengidentifikasi tren dan pola perilaku interaksi di platform YouTube. Selain itu, dengan menggabungkan elemen budaya lokal dalam sketsa komedi, penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan tentang bagaimana kekayaan budaya daerah dapat diterjemahkan menjadi konten yang menarik. Manfaat praktis penelitian ini terletak pada panduan yang dapat diberikan kepada para kreator konten untuk merancang materi yang efektif dan mampu menciptakan daya tarik tinggi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membahas fenomena Selontok Fish Official, melainkan juga memberikan kontribusi berharga dalam memahami strategi konten kreator dan *engagement* di dunia konten kreatif YouTube, merangkum esensi dari keberhasilan mereka dan memberikan perspektif yang mendalam terhadap dinamika digital era ini.

## **METODE PENELITIAN**

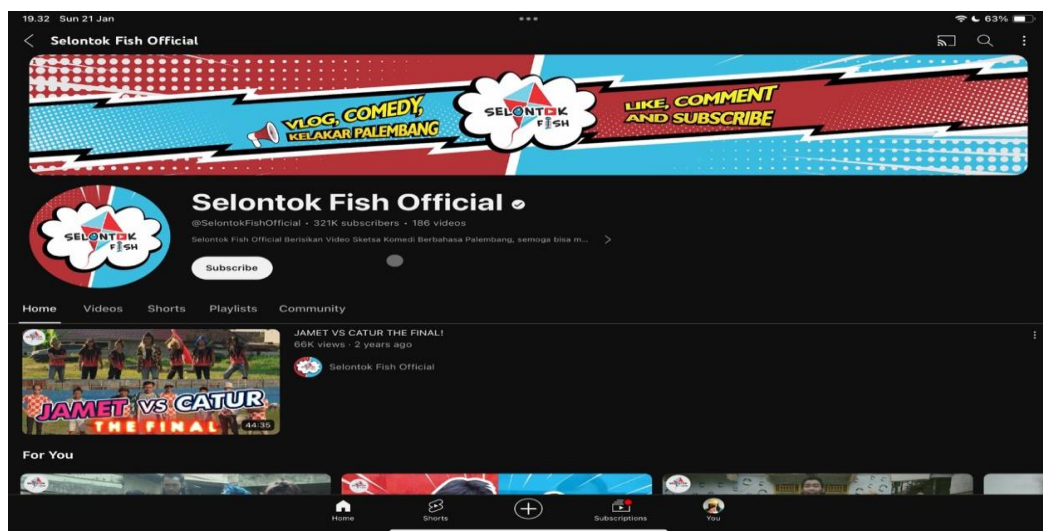
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang terfokus pada pemahaman mendalam terkait strategi konten Selontok Fish Official dalam meraih tingkat *engagement* yang tinggi di *platform* media sosial, khususnya di *channel* YouTube mereka. Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama, menggabungkan teknik triangulasi yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Pendekatan triangulasi memastikan keberlanjutan dan keakuratan data, sementara analisis data dilakukan secara induktif sesuai dengan metode kualitatif yang dikemukakan oleh Hendriyadi, di mana setiap data diinterpretasikan secara mendalam untuk mendapatkan makna yang lebih luas (Hendriyadi, *et. Al* 2019: 218).

Subjek penelitian terdiri dari tiga *key informan* utama, yaitu Sutradara, Penulis Naskah, dan Talent Utama di Selontok Fish Official. Mereka dipilih karena peran strategis mereka dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten di *channel* YouTube tersebut. Objek penelitian adalah Selontok Fish Official sebagai kelompok

yang menciptakan dan mengelola konten di *channel* YouTube, dan penelitian ini memfokuskan pada analisis strategi konten yang mereka terapkan, interaksi dengan penonton, dan aktivitas di platform media sosial lainnya yang relevan.

**Tabel 1** (Subjek Penelitian)

No.	Nama	Jabatan
1.	Muhammad Iqbal (@iqbalqibull)	Founder Selontok Fish Official dan Sutradara Selontok Fish Official
2.	Muhammad Faisal Reza (@sal_scorem)	Penulis Naskah Selontok Fish Official
3.	Romadon (@don_selontok)	Talent Utama Selontok Fish Official

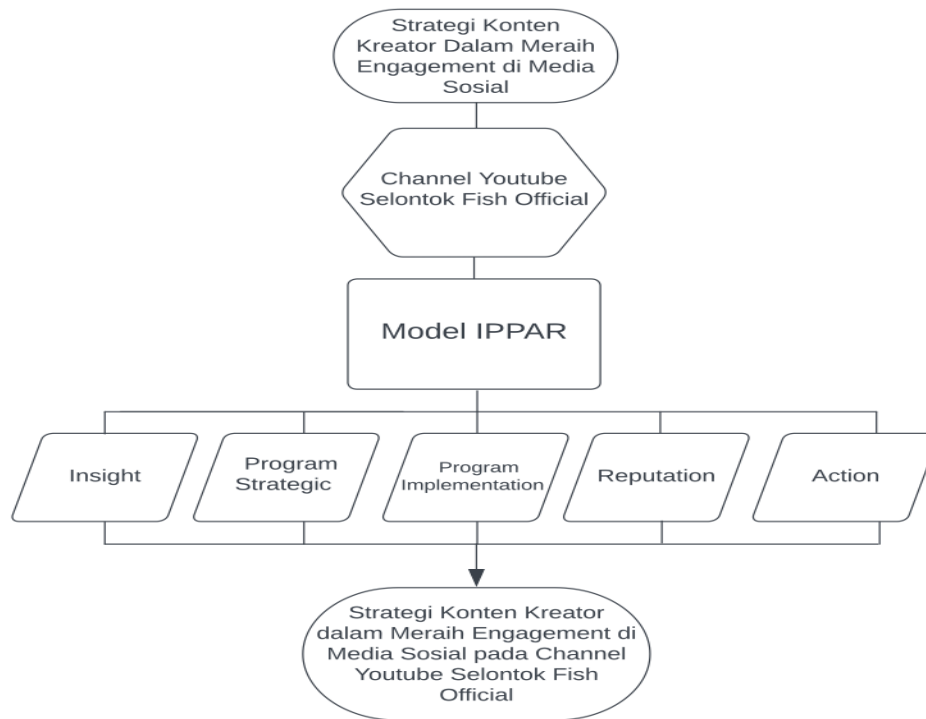


**Gambar 1** (Objek Penelitian)  
Profil *Channel* YouTube Selontok Fish Official

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap proses pembuatan konten, interaksi di *channel* YouTube, dan kehadiran di platform media sosial lainnya. Wawancara mendalam dengan *key* informan juga dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih kontekstual. Metode pengumpulan data ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang holistik dan mendalam terkait dinamika strategi konten dan interaksi Selontok Fish Official dengan *audiens* mereka.

Analisis data dilakukan dengan menerapkan Model IPPAR (Insight, Program strategic, Program implementation, Action, and Reputation). Teknik ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi konten serta memberikan pemahaman mendalam tentang implementasi dan dampaknya.

Penelitian ini dilaksanakan di Palembang, dengan pengambilan data secara langsung ke lokasi Selontok Fish Official yang berada di daerah Kuto, Kota Palembang, dimulai pada 20 Oktober 2023. Keseluruhan metodologi ini dirancang untuk memberikan analisis yang mendalam dan holistik terkait strategi konten kreator di platform YouTube dan dampaknya terhadap tingkat engagement di media sosial.



**Gambar 2** (Kerangka Pikir)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

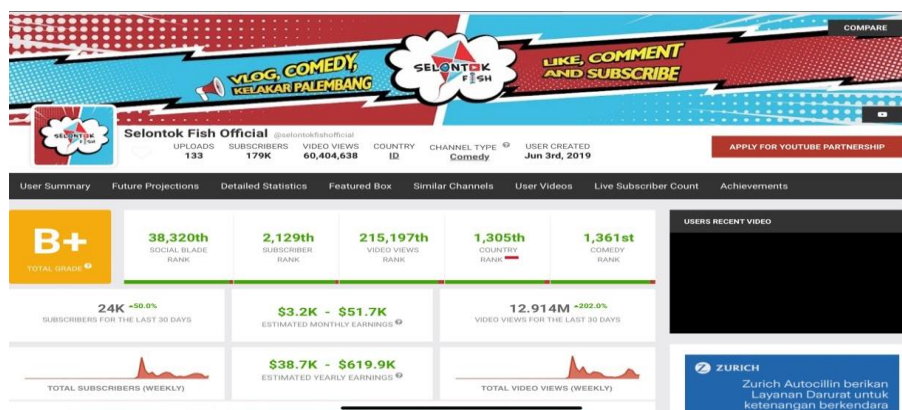
Selontok Fish Official bermula pada tanggal 6 Juli 2018 dengan tim kreatif awal yang terdiri dari Iqbal, Madon, Ucil, dan Faisal. Awalnya, Iqbal menghasilkan video dengan peralatan sederhana, belajar dari tutorial YouTube, dan bergabung dengan komunitas Palvidgram. Kolaborasi dengan Madon menjadi titik awal kesuksesan, dan nama "Selontokfish" diambil dari video lucu mereka, membentuk identitas merek. Kolaborasi ini memuncak dalam pembentukan Selontok Fish Official, dan mereka mengajak teman dan keluarga lainnya untuk berpartisipasi dalam konten. Sebelum terbentuknya Selontok Fish Official, Iqbal telah memulai perjalanan kreatifnya di dunia konten sketsa komedi pada tahun 2015. Bergabung dengan komunitas Palvidgram, ia belajar dan berkolaborasi dengan Madon, memulai perjalanan mereka bersama. Madon, awalnya enggan, akhirnya terlibat setelah mendapat sambutan positif dari video bersama Iqbal. Selama perjalanan, mereka mengajak lebih banyak teman dan anggota keluarga, termasuk Mang Aing dan Faisal, untuk berkolaborasi dalam menciptakan konten unik.

Selontok Fish Official terus berkembang, mengundang teman-teman dan bahkan anak-anak dari kampung mereka untuk berpartisipasi. Meskipun awalnya mengganggu, anak-anak ini menjadi bagian penting dari konten mereka, menciptakan pengalaman positif. Selain berkolaborasi dengan teman-teman, mereka juga mendapatkan tawaran iklan dan endorsmen produk. Dalam beberapa tahun, Selontok Fish Official terus menghasilkan konten berkualitas tinggi dan meraih pencapaian, seperti kemenangan dalam I Forte Film Festival dan Silver Play Button dari YouTube. Visi Selontok Fish Official adalah menjadi pionir hiburan berbahasa Palembang dengan menghadirkan konten sketsa komedi yang menghibur, edukatif, dan mempromosikan kekayaan budaya daerah. Misi mereka mencakup mengangkat kekayaan budaya Palembang, menghibur dengan konten cerdas sehari-hari, menjaga moralitas, terus berinovasi, dan membangun komunitas yang kuat. Muhammad Iqbal, pendiri Selontok Fish Official, terinspirasi oleh Chandra Liow dan kemudian Agung Hapsah. Motivasinya muncul dari hobi membuat video dan kepuasan mendapatkan feedback positif. Muhammad Faisal, penulis naskah, terdorong oleh kecintaan pada komedi sejak SD dan melihat kebahagiaan orang tertawa. Muhammad Romadon, talent utama, merasa senang menjadi dikenal dan disukai oleh orang, memotivasi keterlibatannya dalam pembuatan konten.

Channel YouTube Selontok Fish Official didirikan pada 6 Juli 2018 oleh Muhammad Iqbal. Saat ini, mereka memiliki lebih dari 321 ribu pelanggan, 186 video, dan terus aktif mengunggah konten. Selontok Fish Official adalah tim kreatif komedi yang berkembang pesat dengan sejarah sukses sejak 2018. Dengan visi dan misi yang kuat, mereka terus memberikan konten yang menghibur dan edukatif. Kolaborasi dengan teman, keluarga, dan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan mereka, sementara visi untuk mempromosikan kekayaan budaya daerah tetap menjadi fokus utama. Peneliti memberikan gambaran mendalam tentang Selontok Fish Official, tim kreatif yang fokus di *platform* YouTube. Dimulai pada tahun 2015 dan terdiri dari empat anggota inti: Iqbal, Madon, Ucil, dan Faisal. Mereka belajar melalui tutorial YouTube dan bergabung dengan komunitas Palvidgram. Identitas merek terbentuk dari kolaborasi antara Iqbal dan Madon, menciptakan nama "Selontok Fish" yang menjadi dasar pembentukan Selontok Fish Official pada tahun 2018. Untuk meraih *engagement* pada *channel* YouTube Selontok Fish Official, dalam hal ini konten video tidaklah lengkap tanpa adanya strategi perencanaan program seperti bahasa lingkungan, menentukan dan menetapkan arah, formulasi strategi, dan pengendalian strategi (D. Hidayat et al., 2018). Meraih *engagement* ini juga dilakukan oleh konten kreator dalam mengelola kontennya, sehingga ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan meliputi tugas dari konten kreator. Tugas dari konten kreator sendiri mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten (Sundawa & Trigartanti, 2018). Maka dari itu penelitian ini menggunakan studi etnografi PR dengan unit analisis Model IPPAR yang meliputi Insight, Program strategic, Program implementation, Action and reputation.

### Insight

Dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan Muhammad Iqbal, selaku pemilik akun YouTube Selontok Fish Official, terungkap banyak insight menarik yang membahas keberhasilan dan strategi dibalik kesuksesan akun tersebut. Dalam percakapan, Iqbal menyatakan, *"Kami berfokus pada pembuatan konten sketsa komedi berbahasa Palembang sebagai cara untuk menghibur penonton dan merespons kebutuhan hiburan lokal. Kami percaya bahwa keaslian dan kekhasan bahasa daerah dapat menjadi daya tarik tersendiri di dunia digital yang penuh variasi konten. Kami terus memahami apa yang diinginkan oleh mereka. Kami berusaha menyelaraskan konten kami dengan apa yang mereka cari, dan itulah yang membuat hubungan antara kami dan penonton semakin erat."* Dalam menjelaskan keberhasilan penggunaan bahasa Palembang, Iqbal menyebut, *"Bahasa daerah memiliki kekuatan untuk menciptakan kedekatan emosional dengan penonton. Bukan hanya sekadar tawa, tetapi juga rasa akrab dan kebanggaan akan budaya sendiri. Kami melihat bahwa penonton sangat merespons positif terhadap upaya kami untuk memperkuat identitas lokal melalui bahasa Palembang."* Dalam menghadapi tantangan dan berkembang di platform YouTube, Iqbal menekankan konsistensi. *"Konsistensi dalam menyajikan konten yang bermutu dan relevan adalah kunci. Kami terus berinovasi, tetapi tetap mempertahankan esensi dari apa yang membuat kami dikenal oleh penonton. Ini bukan hanya tentang membuat video, tetapi juga membangun komunitas yang merasa terhubung dengan apa yang kami sajikan."* Dengan demikian, wawancara dengan Muhammad Iqbal menunjukkan bahwa kesuksesan akun "Selontok Fish Official" tidak hanya didorong oleh kreativitas dalam pembuatan konten, tetapi juga oleh pemahaman mendalam terhadap audiens dan komitmen untuk memperkaya pengalaman penonton dengan kearifan lokal.



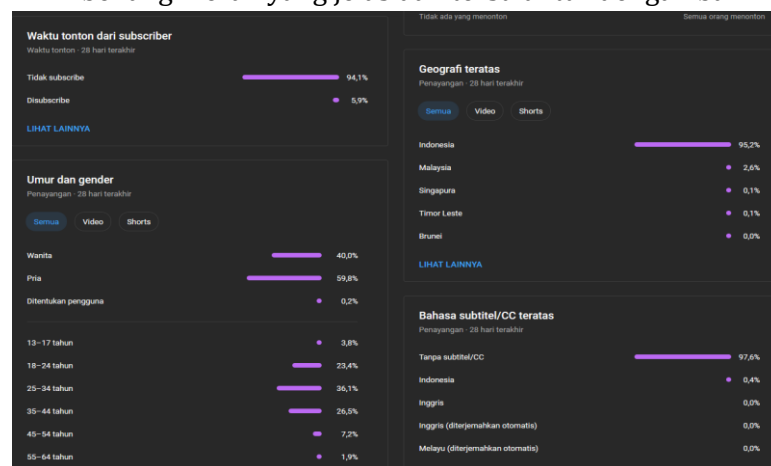
Gambar 3 (Insight Akun YouTube Selontok Fish Official)

### Program Strategic (Strategi)

Dalam hal ini, peneliti mengadakan analisis mendalam mengenai strategi yang telah digunakan oleh Selontok Fish Official, sebuah tim konten kreator yang telah berhasil meraih *engagement* di sosial media. Selontok Fish Official adalah contoh yang menarik dalam dunia konten digital, dan Peneliti akan menjelajahi secara

terperinci bagaimana mereka merancang, mengimplementasikan, dan mengembangkan strategi mereka untuk mencapai kesuksesan yang begitu mengesankan. Dalam era digital yang begitu kompetitif, memahami strategi yang mereka terapkan akan memberikan wawasan yang berharga tentang cara menghasilkan konten yang menarik dan relevan untuk membangun audiens yang kuat. Peneliti juga akan membahas bagaimana strategi ini dapat diadaptasi dan diterapkan dalam konteks yang lebih luas, seperti pemasaran digital dan dunia konten kreator pada umumnya. Dengan memeriksa lebih dalam langkah-langkah mereka, kita dapat mengambil pelajaran berharga untuk mengembangkan kehadiran digital yang sukses dan efektif.

Dari hasil wawancara dengan pendiri dan sutradara Selontok Fish Official, Muhammad Iqbal, serta penulis naskah mereka, Muhammad Faisal, kita dapat menyimpulkan bahwa tim Selontok Fish Official memiliki pendekatan yang sangat hati-hati terhadap produksi konten mereka. Mereka mengutamakan kualitas di atas kuantitas, dengan fokus pada persiapan dan produksi yang teliti, termasuk perencanaan alur cerita, proses produksi, dan tahap *editing*. Selain itu, mereka memiliki kepedulian yang kuat terhadap aspek moral dalam konten mereka dan berusaha untuk tidak merusak pemirsa, khususnya yang masih di bawah umur. Salah satu strategi utama yang mereka terapkan adalah "Strategi Stok Konten," di mana konten yang mereka produksi dalam satu bulan akan ditayangkan pada bulan berikutnya. Dengan pendekatan ini, mereka merasa lebih rileks dan dapat memberikan hasil yang lebih maksimal dalam setiap konten yang mereka buat. Pentingnya strategi ini adalah bahwa konten mereka tidak selalu berfokus pada tren atau viralitas, sehingga kontennya tetap relevan dan dapat dinikmati kapan saja, tanpa terbatas oleh waktu atau tren tertentu. Dalam hal pembagian peran dan pengelolaan strategi, Muhammad Iqbal memegang kendali atas berbagai aspek, termasuk strategi umum, pemasaran, dan manajemen media sosial. Sementara itu, Muhammad Faisal sebagai penulis naskah berperan dalam menciptakan skrip, baik dari pengalaman pribadi, permainan tradisional, atau topik-topik lucu lainnya. Kerja sama antara keduanya memastikan bahwa konten yang dihasilkan Selontok Fish Official memiliki benang merah yang jelas dan terstruktur dengan baik.



**Gambar 4** (Statistik Akun YouTube Selontok Fish Official)

### **Program Implementation**

Dalam pelaksanaan program akun "Selontok Fish Official", implementasi strategi telah menjadi kunci kesuksesan dalam membangun dan memelihara komunitas penggemar. Dalam wawancara dengan Muhammad Iqbal, pemilik akun, dia mengungkapkan beberapa langkah kunci yang diambil dalam merealisasikan program-program tersebut.

*"Kami mengimplementasikan berbagai strategi untuk menjaga daya tarik konten kami dan memperluas jangkauan di platform YouTube. Salah satu strategi utama adalah konsistensi dalam penjadwalan upload video. Kami memastikan konten baru secara rutin, yang membantu mempertahankan minat penonton dan meningkatkan visibilitas akun kami di platform. Kami berusaha untuk selalu berkomunikasi dengan penggemar kami melalui berbagai saluran, seperti komentar di bawah video, media sosial, dan bahkan sesi tanya jawab. Kami mengakui bahwa penggemar memiliki peran penting dalam kesuksesan akun kami, dan kami ingin mereka merasa terlibat dalam setiap langkah perjalanan kami."*

Secara keseluruhan, implementasi program akun "Selontok Fish Official" didasarkan pada konsistensi, partisipasi aktif, responsivitas terhadap tren, dan diversifikasi konten. Melalui strategi-strategi ini, akun tersebut telah berhasil menciptakan lingkungan yang dinamis dan menarik bagi penggemar, yang turut berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan akun di platform YouTube.



**Gambar 5** (Proses Pra-Produksi Reading Script)

### **Action**

Dalam subbab Action akun "Selontok Fish Official", berbagai tindakan strategis telah diambil untuk meningkatkan kualitas konten, memperluas jangkauan, dan memperkuat keterlibatan penggemar. Muhammad Iqbal, pemilik akun, memberikan wawasan berharga tentang langkah-langkah konkret yang diambil

dalam mengimplementasikan aksi tersebut. Salah satu tindakan utama yang diungkapkan oleh Iqbal adalah peningkatan produksi konten berkualitas.

*"Kami secara konsisten berinvestasi dalam perbaikan produksi konten kami. Mulai dari penggunaan peralatan yang lebih baik hingga peningkatan dalam proses editing, upaya ini bertujuan untuk memberikan pengalaman menonton yang lebih baik bagi penonton kami. Kami aktif dalam menggunakan strategi pemasaran online, seperti penggunaan kata kunci yang tepat dan kolaborasi dengan kreator lain di platform YouTube. Kami juga berpartisipasi dalam berbagai kampanye promosi untuk meningkatkan daya tarik akun kami di antara penonton potensial."*

Pentingnya interaksi langsung dengan penggemar menjadi fokus utama dalam strategi yang diterapkan oleh akun Selontok Fish Official. Iqbal, pemilik akun, menegaskan komitmen mereka untuk tidak hanya memberikan konten, melainkan juga terlibat dalam diskusi aktif di komentar video. Mereka melibatkan penggemar dalam pengambilan keputusan terkait konten mendatang dan secara rutin menyelenggarakan sesi tanya jawab untuk mempererat hubungan dengan komunitas mereka. Selain itu, sebagai respons terhadap dinamika pasar digital, Iqbal dan timnya melakukan evaluasi teratur terhadap performa konten. Dengan meninjau data analitik, mereka memahami tren, menilai keberhasilan setiap video, dan menyesuaikan strategi mereka sesuai kebutuhan. Iqbal menambahkan bahwa inilah yang membantu mereka tetap relevan di tengah perubahan cepat di dunia digital. Dengan demikian, langkah-langkah konkret yang diambil oleh akun "Selontok Fish Official" dalam subbab Action mencakup peningkatan produksi konten, strategi pemasaran *online*, interaksi langsung dengan penggemar, dan evaluasi rutin terhadap kinerja konten. Semua tindakan ini bersama-sama membentuk fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan akun di *platform* YouTube.

### **Reputation**

Selontok Fish Official telah membangun reputasi yang kokoh sebagai inovator kreatif yang tidak hanya menonjolkan kualitas konten, tetapi juga menghargai dan memperkaya budaya lokal, terutama melalui penggunaan bahasa Palembang sebagai ciri khas yang memperkuat identitas mereka. Hasil wawancara dengan Muhammad Iqbal, pemilik akun, menegaskan komitmen mereka untuk tetap terhubung dengan penonton setia.

*"Kami selalu berusaha menjaga hubungan akrab dengan penggemar kami. Setiap interaksi, baik melalui komentar, tanggapan, atau bahkan kolaborasi dengan mereka, merupakan bagian integral dari upaya kami untuk memperkuat ikatan dengan komunitas penggemar kami. Kami senantiasa memperhatikan respons dan umpan balik dari penggemar serta melakukan analisis kinerja secara teratur. Ini membantu kami memahami apa yang dihargai oleh penggemar kami dan bagaimana kami dapat terus meningkatkan kualitas konten kami."*

Dengan demikian, Selontok Fish Official telah berhasil mempertahankan reputasi mereka sebagai tim kreatif yang tidak hanya sukses dalam mencapai popularitas, tetapi juga sebagai pelopor yang menghormati budaya lokal, terlibat aktif

dengan penggemar, dan terus meningkatkan kualitas konten. Model IPPAR membantu membuka wawasan menyeluruh tentang perjalanan mereka dalam industri konten digital dan kontribusinya yang signifikan terhadap memperkaya budaya lokal Palembang.

Dengan menerapkan model IPPAR, kita dapat melihat bagaimana Selontok Fish Official tidak hanya memiliki ide-ide kreatif, tetapi juga mengimplementasikan strategi dan tindakan konkret untuk mencapai kesuksesan. Keberhasilan mereka tidak hanya dilihat dari segi popularitas, tetapi juga dari kualitas konten, hubungan dengan pengikut, dan pemecahan masalah yang efektif. Model ini memberikan pemahaman menyeluruh tentang perjalanan Selontok Fish Official dalam industri konten digital dan kontribusinya terhadap budaya lokal Palembang.

### **KESIMPULAN**

Penelitian mengenai "Strategi Konten Kreator dalam Meraih *Engagement* di Sosial Media pada *channel* YouTube Selontok Fish Official" menyimpulkan perjalanan sukses tim kreatif ini. Dimulai sebagai usaha individu oleh Iqbal pada tahun 2015, Selontok Fish Official berkembang menjadi tim dengan dedikasi dan kemauan keras, mencapai keberhasilan dengan jumlah pengikut besar di media sosial. Strategi inti penelitian ini adalah analisis mendalam terhadap pendekatan Selontok Fish Official dalam menciptakan konten menarik dan relevan dalam lingkungan digital yang kompetitif. Penggunaan bahasa Palembang menjadi sorotan penting, bukan hanya sebagai identitas budaya, tetapi juga untuk mendekatkan diri dengan penonton setia dan menciptakan humor yang mendalam.

Kendala seperti masalah audio, kekompakan tim, dan tantangan waktu serta sumber daya finansial dibahas, dengan penekanan pada solusi cerdas dan inovatif, seperti peningkatan peralatan audio dan perbaikan penjadwalan produksi. Kesimpulan menyoroti harapan Selontok Fish Official untuk masa depan, dengan ambisi untuk terus berkembang, meraih prestasi lebih tinggi, dan memberikan manfaat ekonomi untuk tim dan komunitas sekitar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengungkapkan strategi dan prestasi tim Selontok Fish Official, tetapi juga memberikan pandangan tentang dampak positif yang bisa dihasilkan oleh kesuksesan dalam dunia konten kreatif.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aulya, D., Rahma Santhi Zinaida. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*.
- Buana, T., Dwi Maharani. (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*.
- Hartono, Jogiyanto. (2018). Metoda Pengumpulan dan Teknis Analisis Data. CV ANDI OFFSET.
- Hendriyadi, Suryani. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi. Prenadamedia Group.
- Hidayat, D., Kuswarno, E., Zubair, F., & Hafiar, H. (2017). THE IPPAR Model sebagai Komponen Etnografi PR pada Kajian Public Relations Berbasis Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 60. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i1.2155>
- Hidayat, D., Kuswarno, E., Zubair, F., & Hafiar, H. (2018). Public Relations Communication Behavior Through a Local-Wisdom Approach: The Findings of Public Relations Components Via Ethnography as Methodology. *Malaysian Journal of Communication*, 34(3), 56-72.
- Huotari, Ulkuniemi., Saraniemi., & Malaska. (2015). Analysis of Content Creation in Social Media by B2B Companies. *Jurnal Firlandia: Oulu Business School, University of Oulu*.
- Isnawijayani. (2019). Menulis Berita: Di Media Massa dan Produksi Feature. Andi.
- Kotler, Philips., Kevin Lane Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. (Penerjemah Benyamin Molan). Indeks.
- Martha, Evi., Sudarti Krisno. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Raja Grafindo Persada.
- Muri, Yusuf. (2014). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Kencana.
- Nabila, Dhiva., Nurudin. (2020). Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Intrans Publishing Group.
- Nurudin. (2018). Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Millennial. Intrans Publishing Group.
- Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media YouTube. Sekolah Tinggi Desing Bali.
- RL Subarja., Isnawijayani. (2017). Facebook sebagai Media Komunikasi pada Siswa Kelas X SMA PGRI Tanah Abang Kabupaten Pali. *Jurnal Inovasi*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D – Baru. Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2015). Penelitian Tindakan Kelas: Edisi Revisi. Sinar Grafika Offset.
- Umaima, Wahid. (2016). Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru. Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.