



PROSES KREATIF *CONTENT CREATOR* DALAM PRODUKSI KONTEN TIKTOK: STUDI KASUS PADA AMARA JOURNEYS SEBAGAI *WEDDING ORGANIZER*

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ASRI HAPSARI SAPTANURASIH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Proses Kreatif *Content creator* dalam Produksi Konten TikTok: Studi Kasus pada Amara Journeys sebagai *Wedding organizer*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Asri Hapsari Saptanurasih
J0301211137

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ASRI HAPSARI SAPTANURASIH. Proses Kreatif *Content creator* dalam Produksi Konten TikTok: Studi Kasus pada Amara Journeys sebagai *Wedding organizer*. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI.

Media sosial, khususnya TikTok, menjadi platform strategis bagi *wedding organizer* dalam membangun komunikasi visual yang emosional. Penelitian ini bertujuan menguraikan proses kreatif *content creator* Amara Journeys dalam memproduksi konten TikTok. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus, didukung oleh wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kreatif berlangsung secara adaptif dan kolaboratif melalui lima tahapan: identifikasi tugas, persiapan, generasi ide, validasi, dan penyampaian hasil. Tahapan tersebut dipengaruhi oleh empat komponen utama dalam *Componential Theory of Creativity*, yaitu keterampilan bidang, proses berpikir kreatif, motivasi intrinsik, dan lingkungan. Penelitian ini juga menemukan dua elemen tambahan, yaitu intuisi visual dan kolaborasi spontan yang memperkuat dinamika kreativitas di lapangan.

Kata-kata kunci: Amara Journeys, *Componential Theory of Creativity*, *Content creator*, Proses kreatif, *TikTok*

ABSTRACT

ASRI HAPSARI SAPTANURASIH. *The Creative Process of a Content creator in TikTok Content Production: A Case Study on Amara Journeys as a Wedding organizer. Supervised by GURUH RAMDANI.*

Social media, particularly TikTok, has become a strategic platform for wedding organizers in building emotional visual communication. This study aims to describe the creative process of Amara Journeys' content creator in producing TikTok content. The approach used is qualitative with a case study method, supported by interviews, observations, and documentation. The results of the study show that the creative process takes place adaptively and collaboratively through five stages: task identification, preparation, idea generation, validation, and delivery. These stages are influenced by four main components in the Componential Theory of Creativity, namely domain-relevant skills, creativity-relevant processes, intrinsic motivation, and environment. This study also finds two additional elements, namely visual intuition and spontaneous collaboration, which strengthen the dynamics of creativity in the field.

Keywords: Amara Journeys, *Componential Theory of Creativity*, *Content creator*, *Creative process*, *TikTok*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PROSES KREATIF *CONTENT CREATOR* DALAM PRODUKSI KONTEN TIKTOK: STUDI KASUS PADA AMARA JOURNEYS SEBAGAI *WEDDING ORGANIZER*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ASRI HAPSARI SAPTANURASIH

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**Judul Laporan : Proses Kreatif *Content creator* dalam Produksi Konten TikTok:
Studi Kasus pada Amara Journeys sebagai *Wedding organizer*.**

**Nama : Asri Hapsari Saptanurah
NIM : J0301211137**

Disetujui oleh

**Pembimbing :
Guruh Ramdani, S.Sn, M.Sn
NPI. 201807197509181001**

Diketahui oleh

**Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001**

**Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T.
NIP. 196607171992031003**

**Tanggal Ujian:
Senin, 28 Juli 2025**

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Program Diploma Empat Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari hingga Mei 2025 dengan judul ‘*Proses Kreatif Content creator dalam Mengelola Konten TikTok: Studi Kasus pada Amara Journeys sebagai Wedding organizer.*’”

Dalam proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis memperoleh dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Allah SWT, atas rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.
- 2) Ibu Sri Junaria Nurhayati dan Bapak Enggun Saptaria selaku orang tua tercinta, atas doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta pengorbanan yang tiada henti sejak awal pendidikan hingga selesaiannya skripsi ini.
- 3) Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan berharga yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
- 4) Dr. Hudi Santoso, S.Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University, serta seluruh dosen dan asisten dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media atas ilmu, arahan, dan bimbingan selama masa studi.
- 5) Ir. Sutisna Riyanto, M.S. selaku dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan konstruktif yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
- 6) Wahyudatunisa selaku Owner *Amara Journeys*, atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para informan, yaitu Putri Irsyadi, Yesya Aprilla, dan Naqiz Kusumoaji, atas partisipasi, kerja sama, dan informasi yang berharga selama proses pengumpulan data.
- 7) Rekan-rekan seperjuangan yang telah menemani perjalanan penulis selama perkuliahan, khususnya Siti Ajeng Kenari dan Defiana Rahmawati, atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang diberikan.
- 8) Rekan-rekan kerja di Needs Creative Agency yang telah memberikan banyak dukungan, wawasan, kesempatan, serta semangat kebersamaan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- 9) Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa bagi kelancaran penyusunan skripsi ini.
- 10) Terakhir, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada diri sendiri, Asri Hapsari Saptanurasih, atas komitmen, kerja keras, dan keberanian untuk bertahan hingga menyelesaikan setiap tahapan dengan penuh semangat.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi digital dan media.

Bogor, Juli 2025

Asri Hapsari Saptanurasih

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kreativitas dalam Produksi Konten Digital	7
2.2 <i>Content creator</i> dan Media Sosial TikTok	8
2.3 Kru Internal sebagai talent produksi digital	8
2.4 TikTok sebagai Media Promosi Kreatif	9
2.5 Teori Proses Kreatif Teresa Amabile (2012)	9
2.6 Kreativitas Kolaboratif dalam Tim Produksi Konten	13
2.7 Intuisi dan Improvisasi dalam Proses Kreatif Visual	14
2.8 Visual <i>Storytelling</i> dalam Strategi Kreatif TikTok	14
2.9 Kreativitas Responsif terhadap Tren Media Sosial	14
2.10 Penelitian Terdahulu	15
2.11 Kerangka Berfikir	19
III METODE	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Fokus Penelitian	21
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	22
3.5 Teknik Analisis Data	23
3.6 Teknik Keabsahan Data	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	25
4.2 Proses Kreatif <i>Content creator</i> Amara Journeys dalam Produksi Konten TikTok	28
4.3 Refleksi Temuan Penelitian	47
4.4 Analisis Matriks Hasil Wawancara	48
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	71



DAFTAR TABEL

1	Karakteristik Informan	27
2	Elemen Proses Kreatif dalam Tahap <i>Preparation</i>	34
3	Elemen Kreatif dalam Tahap Response Generation	39
4	Komponen Teori Amabile pada Tahap Response Validation and Communication	43
5	Rekap Outcome dan Komponen Proses Kreatif Amabile	44

DAFTAR GAMBAR

1	Tahapan Kreatif Amabile (2012) <i>Componential Theory of Creativity</i>	11
2	Komponen Kreativitas menurut Amabile	11
3	Kerangka Berfikir	19
4	Logo <i>Wedding Organizer</i> Amara Journeys	25
5	Tim Amara Journeys saat bertugas	26
6	Akun Instagram @arti_cerita sebagai referensi utama	31
7	<i>Briefing</i> kru sebelum acara dimulai.	33
8	Momen Pengantin dan Bridesmaid Menari dipimpin MC	35
9	Momen Kru Merapikan Veil Pengantin yang Tersangkut	36
10	Momen Kru Membantu Memposisikan Sungkeman	37
11	Momen pengantin masuk venue pelaminan	38
12	Momen Kolaborasi saat kru membantu mengatur posisi keluarga	40
13	Proses Editing Konten Amara Journeys	41
14	Statistik Metrik Utama Akun TikTok Amara Journeys	45
15	Daftar 10 Konten Terpopuler TikTok Amara Journeys	46
16	Konten Promosi dengan Keterlibatan Tertinggi	48
17	Wawancara Irsyadi Putre 5 Februari 2025	68
18	Wawancara Irsyadi Putre 28 Mei 2025	68
19	Wawancara Irsyadi Putre 22 Juni 2025	69
20	Wawancara Yesya Aprilia 22 Juni 2025	69
21	Wawancara Naqiz Kusumoaji 24 Juni 2025	70

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Pedoman Wawancara <i>Content creator</i> (Irsyadi Putre)	66
2	Lampiran 2 Pedoman Wawancara untuk Kru WO dan Talent (Yesya , Naqiz, dan Nanda)	67
3	Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara <i>Content creator</i> dan Kru WO	68