

KEINDAHAN VISUAL KONTEN VIDEO RIA SW DI YOUTUBE BAGI PELANGGAN

VISUAL AESTHETICS OF RIA SW'S YOUTUBE VIDEO CONTENT FOR SUBSCRIBERS

Agustini¹, Salsabilla Princess Hermanto^{2*}, Undang Suryatna³
^{1,2,3}Program Studi Sains Komunikasi FISIP Universitas Djuanda

*Korespondensi: salsapeha@gmail.com

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 02-09-2025)

(Ditelaah oleh Dewan Redaksi: 04-09-2025)

(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 16-10-2025)

ABSTRACT

Visual beauty in video content is one of the main factors that determine the attractiveness and success of a work on digital platforms, including YouTube. This study focuses on video content produced by Ria SW, a creator known for his culinary and travel videos, and how subscribers in Bogor interpret the visual beauty displayed. The purpose of the study was to explore the audience's perception of the visual elements present in the video Ria SW and join in building a pleasant viewing experience. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation on video content, as well as the study of relevant literature. The results showed that the visual beauty presented through balanced image composition, aesthetic color selection, appropriate lighting, and presentation of food that uploads tastes, became the most prominent aspects in building the attractiveness of the content. The Visual not only adds to the comfort and satisfaction of watching, but also serves to strengthen the message of information to be conveyed Ria SW. In addition, customers in Bogor city feel an emotional closeness with Ria SW through warm, natural, and authentic visual nuances. This shows that the visual aspect does not just act as a complement, but becomes an important part in building emotional interactions between creators and audiences. Overall, this study confirms that visual beauty in YouTube video content has a significant contribution in improving the viewing experience, strengthening the appeal of information, and creating an immersive emotional atmosphere for customers.

Keywords: Subscribers; Video content; Visual beauty; YouTube.

ABSTRAK

Keindahan visual dalam konten video merupakan salah satu faktor utama yang menentukan daya tarik dan keberhasilan sebuah karya di platform digital, termasuk YouTube. Penelitian ini fokus pada konten video yang diproduksi oleh Ria SW, seorang kreator yang dikenal melalui video kuliner dan perjalanan, serta bagaimana subscriber di Kota Bogor memaknai keindahan visual yang ditampilkan. Tujuan penelitian adalah untuk menggali persepsi audiens terhadap elemen-elemen visual yang hadir dalam video Ria SW dan bergabung dalam membangun pengalaman menonton yang menyenangkan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung pada konten video, serta studi literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keindahan visual yang dihadirkan melalui komposisi gambar yang seimbang, pemilihan warna yang estetik, pencahayaan yang sesuai, serta penyajian makanan yang menggugah selera, menjadi aspek yang paling menonjol

dalam membangun daya tarik konten. Visual tersebut tidak hanya menambah kenyamanan dan kepuasan menonton, tetapi juga berfungsi memperkuat pesan informasi yang ingin disampaikan Ria SW. Selain itu, pelanggan di Kota Bogor merasakan adanya kedekatan emosional dengan Ria SW melalui nuansa visual yang hangat, natural, dan autentik. Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual tidak sekedar berperan sebagai pelengkap, melainkan menjadi bagian penting dalam membangun interaksi emosional antara kreator dan penonton. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keindahan visual dalam konten video YouTube memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan pengalaman menonton, memperkuat daya tarik informasi, serta menciptakan suasana emosional yang mendalam bagi pelanggan.

Kata Kunci: Keindahan video; Konten visual; Subscribers; YouTube.

Agustini, Salsabilla Princess Hermanto dan Undang Suryatna, 2025. Keindahan Visual Dalam Konten Video Ria SW di YouTube Bagi Pelanggan.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi kini berkembang dengan sangat cepat, sehingga kemajuan teknologi memungkinkan setiap orang mengakses internet dengan mudah (Nabil et al., 2024). Kebanyakan orang sudah melakukan kegiatan secara tidak langsung yang dimana mereka memanfaatkan sebuah media. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa perkembangan media saat ini sangat pesat yang salah satunya dengan adanya media sosial (Utami & Yuliati, 2022). Beberapa platform media sosial yang seringkali digunakan salah satunya adalah YouTube, media YouTube menjadi media yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di dunia setelah google. Media sosial lainnya terdapat facebook, twitter, instagram, dan media lainnya (Prasetya et al., 2022).

Salah satu konten kreator YouTube yang populer di Indonesia adalah Ria SW. Ia dikenal dengan konten *food vloger* yang memadukan informasi makanan dengan visual berjalan. Kanal Ria SW berhasil menarik jutaan subscriber dengan menghadirkan tayangan yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memperkaya wawasan audiens mengenai ragam kuliner dan budaya. Keberhasilan ini tidak terlepas dari kemampuannya mengemas informasi dengan cara yang menarik, salah satu satunya melalui aspek keindahan visual dalam setiap video.

YouTube merupakan media sosial yang digunakan untuk mengupload video,

menonton berbagai video, dan juga bisa berbagi video yang dimana video itu bisa dilihat oleh semua orang (Tinambunan, 2022). YouTube termasuk dalam media komunikasi massa menyediakan beragam informasi baik digunakan untuk belajar, mencari resep makanan, mencari berita terbaru, hingga hiburan. Penggunaan media online dalam berkomunikasi selain memiliki kecenderungan untuk memulai interaksi secara spontan, meminimalisir kedekatan fisik, dan meningkatkan kemandirian dari teknologi tentang tatap muka interaksi (Permana & Koesanto, 2023).

Dalam dunia konten, keindahan visual memainkan peran penting sebagai bentuk daya tarik. Daya tarik sendiri merupakan unsur yang mampu menarik perhatian subscriber terhadap pesan atau isi media, baik secara kognitif maupun emosional. Keindahan visual dalam video tidak hanya memberikan kenyamanan saat menonton, tetapi juga membentuk persepsi, makna, serta kedekatan emosional penonton terhadap konten. Unsur estetika seperti komposisi gambar, pencahayaan, warna, dan sudut pengambilan gambar sangat berpengaruh dalam membangun pesan visual yang efektif.

Keindahan visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens. Visual yang menarik, estetik, dan menyenangkan mampu menciptakan pengalaman menonton yang lebih imersif. Dalam konteks konten video, keindahan visual tidak hanya memperkuat daya tarik,

tetapi juga meningkatkan kredibilitas informasi yang disampaikan kreator. Ria SW dinilai mampu menyajikan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki daya pikat visual yang kuat, terutama melalui tampilan makanan yang menggugah selera, tone warna yang hangat, serta narasi visual yang mengalir. Keindahan visual ini menjadi salah satu aspek yang memperkuat ketertarikan audiens untuk terus menonton dan mengikuti kontennya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada kajian mengenai keindahan visual dalam konten video Ria SW di YouTube serta bagaimana hal tersebut menjadi daya tarik bagi subscribers di Kota Bogor.

MATERI DAN METODE

Materi

Komunikasi Massa Digital

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Anjani et al., 2018). Proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terdapat di dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Informasi yang disampaikan dengan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar pada masyarakat umum karena media komunikasi ini sangat mudah di temukan serta digunakan (Kustiawan et al., 2022). Dalam perkembangan era digital, konsep komunikasi massa mengalami perluasan karena media baru seperti YouTube memungkinkan pesan tidak hanya disebarkan secara masif, tetapi juga memberi ruang interaktivitas dengan audiens.

Transformasi komunikasi massa di era digital mencerminkan perubahan mendasar dalam cara berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan dunia sekitar. Komunikasi massa era digital lebih interaktif daripada sebelumnya, pengguna dapat memberikan

tanggapan langsung terhadap konten melalui komentar, like, atau share (Hasan et al., 2023). Hal ini menjadikan komunikasi massa digital memiliki ciri khas berupa distribusi pesan yang cepat dalam proses penerimaan dan interpretasi pesan.

Keberadaan YouTube menjadikan proses komunikasi yang berlangsung pada kanal Ria SW termasuk dalam ranah komunikasi massa digital, di mana pesan visual dikonstruksi dan disebarkan secara luas kepada khalayak. Keindahan visual, seperti komposisi gambar, warna, dan sinematografi, berfungsi sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan audiens. Karakter media digital yang kaya akan isyarat visual juga mendukung efektivitas komunikasi. Dengan demikian, keindahan visual pada konten video Ria SW tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi massa era digital yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan subscriber di Kota Bogor.

Konten video Ria SW merupakan contoh nyata praktik komunikasi massa digital yang berhasil memanfaatkan keindahan visual sebagai daya tarik utama. Melalui *close-up* makanan, *angle* variatif, dan komposisi warna yang harmonis, Ria SW tidak hanya menyampaikan informasi kuliner, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang memanjakan mata penonton. Keindahan visual ini membuat pesan kuliner lebih mudah diterima, diingat, dan bahkan mendorong audiens untuk mencoba secara langsung. Selain itu, keindahan visual dalam konten Ria SW juga memperkuat fungsi komunikasi massa digital sebagai sarana pembentukan opini publik. Penonton yang merasa terkesan dengan visual video cenderung berbagi pengalaman tersebut melalui komentar atau membagikan konten di media sosial lain. Dengan demikian, daya tarik visual hanya berdampak pada hubungan antara kreator dan subscribers, tetapi juga memperluas jangkauan pesan ke khalayak yang lebih luas melalui interaksi digital.

Keindahan visual pada konten video Ria SW menunjukkan bagaimana komunikasi massa digital bekerja bukan hanya dengan mengandalkan informasi verbal, tetapi juga melalui kekuatan visual yang estetik dan persuasif. Visual menjadi media penting dalam menyampaikan pesan secara efektif, membangun kedekatan emosional dengan audiens, serta memperkuat loyalitas subscribers di tengah persaingan ketat industri konten digital.

Konten Video

Konten pada media ini dapat dipahami sebagai sarana untuk berkomunikasi antar pengguna perangkat elektronik. Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan internet, muncul pula konsen yang dikenal sebagai konten digital.

Konten video adalah konten dari penggabungan antara gambar visual dengan suara yang dibuat secara kreatif. Selama ini konten video menjadi salah satu jenis konten yang banyak diminati (Satria, 2024). Konten video menjadi perwujudan dari komunikasi massa yang dimana didefinisikan sebagai proses penggunaan media massa untuk mengirim pesan kepada audiens yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk (Aske Cecariyani & Genep Sukendro, 2019).

Bagi Ria SW, konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media informasi mengenai kuliner, budaya, dan pengalaman perjalanannya. Karakteristik utama dari konten video Ria SW adalah kemampuannya menghadirkan pengalaman yang terasa personal bagi para penontonnya. Dengan gaya penyampaiannya yang sederhana, natural, dan komunikatif, ia mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Ria SW secara konsisten menghadirkan tema yang relevan dengan minat subscribersnya, terutama kuliner dan perjalanan. Pemilihan lokasi yang unik, penyajian visual yang menarik, serta cara bercerita yang ringan membuat setiap video tidak hanya

menghibur, tetapi juga memberikan informasi yang bermanfaat. Hal ini menjadikan kontennya berbeda dari sekedar liputan kuliner biasa, karena lebih menekankan pada pengalaman langsung yang dapat dirasakan penonton melalui layar.

Selain itu, kekuatan konten video Ria SW juga terletak pada keotentikan. Ia tidak sekedar menampilkan makanan atau tempat, melainkan juga membagikan pengalaman pribadinya secara menarik, seperti komentar jujur terhadap rasa makanan atau interaksi dengan pemilik tempat kuliner. Keaslian dalam menyampaikan informasi membuat penonton merasa lebih percaya dan terhubung. Inilah yang menjadi salah satu daya tarik utama yang mengikat subscribers untuk terus mengikuti kanalnya.

Konten video Ria SW juga memiliki banyak informasi di dalamnya, seperti informasi mengenai asal-usul makanan, latar budaya, tempat bersejarah yang jarang sekali dikunjungi atau dipublish, hingga rekomendasi tempat kuliner lokal menambah wawasan penonton. Dengan demikian, kontennya tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga mampu memperkaya pengetahuan audiens. Kombinasi antara hiburan, informasi, dan keotentikan inilah yang menjadikan konten video Ria SW menarik bagi subscribers, khususnya di Kota Bogor yang menjadi fokus penelitian ini.

Keindahan Visual

Keindahan visual menjadi salah satu elemen penting dalam konten video YouTube karena mampu memengaruhi pengalaman menonton serta membentuk persepsi audiens. Dalam konten video YouTube Ria SW, keindahan visual atau estetika visual bukan hadir sebagai hiasan, tetapi sebagai bentuk komunikasi yang mendukung pesan utama. Ria SW dikenal menggunakan pencahayaan alami, framing yang rapi, serta detail visual seperti *close-up* pada makanan atau panorama kota yang ia kunjungi. Elemen-elemen ini sejalan dengan

temuan penelitian terkini yang menegaskan bahwa estetika visual dalam video digital dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman audiens. Visual adalah sesuatu yang dapat terlihat dengan melibatkan beberapa tahapan yakni merasakan, tahapan menyeleksi dan tahapan memahami. Tahap merasakan ialah membiarkan cukup cahaya masuk ke mata agar dapat melihat objek-objek sekeliling. Tahap menyeleksi ialah mengisolasi dan melihat bagian tertentu suatu adegan atau bagian obyek sehingga menjadi hasil kombinasi pencahayaan dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat tinggi. Sementara tahap memahami ialah mengerti apa yang diseleksi untuk memproses suatu *image* secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam (Wahyuningsih, 2015).

Pertama, dari segi pengambilan gambar, Ria SW sering menggunakan angle yang variatif, baik *close-up* untuk menampilkan detail makanan maupun *wide shot* untuk memperlihatkan suasana tempat. Teknik ini memberikan kesan seolah-olah penonton sedang berada langsung di lokasi yang dituju. Detail tekstur makanan yang ditangkap kamera juga memperkuat imajinasi rasa bagi audiens.

Kedua, penggunaan warna dalam video menjadi unsur yang menonjol. Warna-warna cerah dari hidangan kuliner dikombinasikan dengan pencahayaan yang baik, sehingga tampilan visual terlihat lebih hidup dan menggugah selera. Selain itu, penataan warna lingkungan sekitar seperti interior restoran, pasar tradisional, atau suasana jalanan dapat menciptakan atmosfer yang khas dari setiap tempat yang ia kunjungi.

Ketiga, komposisi visual dalam video Ria SW dirancang sedemikian rupa agar nyaman dipandang. Penempatan objek utama dalam frame selalu proporsional, dengan latar belakang yang mendukung namun tidak mengganggu fokus utama. Keseimbangan antara *foreground* dan *background* membuat visual lebih enak dilihat.

Keempat, aspek visual dalam konten ini juga mampu memanjakan mata para penonton karena ditunjang oleh kualitas editing yang sangat halus. Transisi antar adegan berjalan mulus, dipadukan dengan musik latar yang sesuai dengan keadaan video, sehingga menambah nilai estetika secara keseluruhan. Hal ini membuat audiens betah menonton hingga akhir video.

Estetika visual dalam video Ria SW tidak hanya berfungsi sebagai hiasan tetapi berfungsi sebagai strategi komunikasi yang menyatukan informasi, pengalaman sensorik, dan emosi, menjadikan kontennya bukan hanya informatif saja tetapi juga memikat secara artistik.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode kualitatif deskriptif dipilih karena sesuai untuk mengungkap fenomena secara mendalam melalui deskripsi yang rinci mengenai objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami bagaimana keindahan visual dalam konten video Ria SW di YouTube dapat menjadi daya tarik bagi para subscribers, khususnya di Kota Bogor.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu (1) Observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap konten video Ria SW di YouTube. observasi ini difokuskan pada aspek keindahan visual, seperti teknik pengambilan gambar, komposisi warna, pencahayaan, serta kualitas editing. Melalui observasi, peneliti memperoleh gambaran konkret mengenai bagaimana visual ditampilkan dan diterima oleh audiens. (2) Wawancara, wawancara dilakukan kepada 1 *key informan* yaitu rekan dekat Ria SW dan 15 informan pendukung yaitu subscribers Ria SW yang berdomisili di Kota Bogor. Tujuan wawancara adalah untuk menggali pengalaman, persepsi, dan alasan mereka tertarik pada konten video yang disajikan. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-

terstruktur agar peneliti dapat memperoleh jawaban yang lebih mendalam, namun terarah sesuai kebutuhan penelitian. (3) Studi Literatur, selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa kajian pustaka dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang relevan dengan topik komunikasi massa digital, keindahan visual, serta daya tarik konten YouTube. Studi literatur digunakan untuk memperkuat analisis dengan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu.

Subjek penelitian ini adalah 1 orang sebagai *key informan* yaitu rekan dekat Ria SW dan 15 orang subscriber aktif kanal YouTube Ria SW yang berdomisili di Kota Bogor. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap video-video konten milik Ria SW, wawancara dengan *key informan* dan informan pendukung, serta studi literatur dari penelitian-penelitian terdahulu dan sumber pustaka yang relevan.

Prosedur penelitian meliputi: (1) seleksi video yang relevan, (2) klarifikasi bagian-bagian video yang mengandung informasi penting, (3) analisis isi berdasarkan teori komunikasi massa, dan (4) penarikan kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keindahan visual dalam konten video Ria SW berfungsi sebagai daya tarik utama yang mampu mempertahankan perhatian penonton. Melalui komposisi gambar, warna, tata cahaya, serta teknik pengambilan gambar yang estetik, pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima dan diingat oleh penonton. Dalam kerangka komunikasi massa, visual yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pemanis, tetapi juga memperkuat makna pesan sehingga audiens merasa terlibat secara emosional. Dengan demikian, keindahan visual berperan penting dalam efektivitas komunikasi massa di platform YouTube karena mampu menjembatani

informasi dengan pengalaman estetika yang menyenangkan bagi khalayak.

Dalam menganalisis keindahan visual pada konten video Ria SW, peneliti menemukan bahwa aspek visual menjadi daya tarik utama bagi sebagian besar subscriber. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 1 *key informan* dan 15 informan pendukung dari Kota Bogor, seluruh informan pendukung tersebut juga diwawancarai secara khusus mengenai keindahan visual dalam konten video Ria SW di YouTube. ditemukan bahwa estetika visual dalam video Ria SW tidak hanya menghadirkan kenyamanan menonton, tetapi juga menciptakan pengalaman yang imersif dan emosional.

Keindahan visual dalam video Ria SW dapat diamati melalui unsur pencahayaan, sudut pengambilan gambar, warna, serta detail objek seperti makanan dan latar tempat. Aji santoso menyoroti bahwa “estetik abis, gak bikin pusing, dan definisi sceneries yang bikin mata damai.” Ia juga menyebutkan pentingnya pengaturan cahaya dan angle kamera dalam mendukung estetika visual yang harmonis. Maka pencahayaan dan komposisi kamera mempengaruhi persepsi kenyamanan visual audiens terhadap tayangan digital.



Konten Ria SW Eps. *My Bucket List #1: the life of van gogh, paris*

Senada dengan itu, TL menjelaskan bahwa “pengambilan gambar Ria SW dinamis dan fokus pada detail makanan serta suasana, ”dengan pencahayaan alami dan warna yang hidup. Dalam hal ini, tampilan visual bukan hanya soal teknis, tetapi juga menghadirkan rasa estetis yang membuat penonton merasa hadir dalam momen tersebut.



Konten Ria SW Eps. *Menggila di Amsterdam*
– *My bucket list #2*

Salah satu daya tarik visual lain yang kuat adalah narasi visual yang membuat penonton merasa terlibat langsung. Hani menyatakan bahwa “tampilan gambarnya menarik, karena pengambilan seolah-olah sedang ikut merasakan kuliner, jadi seperti diajak ngobrol dan diajak jalan.” Ini menunjukkan bahwa gaya pengambilan gambar dan *storytelling* visual menciptakan kedekatan psikologis antara kreator dan penonton. Hal ini menjelaskan bahwa bahwa persepsi kedekatan ini dapat meningkatkan loyalitas penonton terhadap konten.



Konten Ria SW Eps. *Night food street in Manado #2*

CNA menekankan kejelasan visual dari makanan, baik dari segi tampilan maupun deskripsi rasa “biasanya dari

makanannya tuh terlihat jelas dan deskripsi makanannya jelas juga rasanya gimana.” Visual yang kuat, ditambah narasi lisan yang komunikatif, memperkuat daya tarik kognitif dan emosional penonton. Dalam hal ini, konten tidak hanya menyenangkan secara visual tetapi juga informatif, menggabungkan estetika dan fungsi.

Sementara itu, KN menambahkan bahwa kekuatan visual didukung oleh gaya penyampaian yang santai dan mudah dipahami “ia tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menyampaikan dengan gaya bercerita yang menarik dan relatable.” Kombinasi visual dan verbal dalam video membentuk daya tarik yang kompleks dan saling mendukung.



Konten Ria SW Eps. *Napak tilas kehidupan kampus Ria SW*

Temuan lain yang menarik adalah bagaimana variasi lokasi dalam video mempengaruhi visual penonton. Ketika Ria SW mengeksplorasi lokasi luar negeri seperti Beijing atau Chongqing, visual yang ditampilkan memberikan nuansa baru bagi audiens lokal. Nuansa warna, arsitektur, dan suasana tempat menjadi pembeda yang memperkaya konten. Hal ini juga memperluas persepsi penonton terhadap budaya global, tanpa kehilangan kedekatan naratif yang menjadi ciri khas Ria SW.

Keindahan visual juga berkaitan erat dengan pengalaman emosional penonton. Visual yang hangat, sistematis, dan terfokus membuat penonton merasa “dekat” dengan situasi yang ditampilkan. Emosi seperti senang, penasaran, bahkan nostalgia muncul karena visual yang dikurasi dengan baik. Ini menunjukkan bahwa keindahan

visual bukan sekedar estetika, tetapi juga alat untuk membangun suasana dan memperkuat keterhubungan emosional dengan penonton.

Di tengah arus konten digital yang begitu padat dan cepat, kehadiran visual yang kuat menjadi elemen diferensial bagi kreator dalam mempertahankan perhatian penonton. Ria SW menunjukkan bahwa konsistensi dalam menghadirkan visual yang terkonsep dan enak dilihat mampu menciptakan identitas visual yang khas. Ciri khas ini kemudian menjadi alasan emosional yang membuat penonton memilih kembali ke kanalnya dibandingkan dengan konten serupa dari kreator lain. Hal ini mempertegas bahwa dalam konteks YouTube sebagai platform berbasis visual, aspek estetika menjadi alat penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan penonton.

Keindahan visual juga menjadikan konten lebih mudah dibagikan dan direkomendasikan secara sosial. Dalam wawancara tidak langsung, beberapa informasi menyatakan bahwa mereka sering membagikan video Ria SW ke teman atau keluarga mereka karena visualnya “memanjakan mata” dan menyenangkan untuk ditonton bersama. Hal ini menandakan bahwa visual yang menarik tidak hanya berfungsi untuk pengalaman individu, tetapi juga mendorong keterlibatan secara emosional di ruang digital. Dengan demikian, keindahan visual dalam konten Ria SW memiliki fungsi strategis – baik sebagai daya tarik estetis, penyampaian pesan, maupun penguat relasi sosial di era media berbasis audio visual.

Temuan ini menegaskan bahwa keindahan visual dalam video Ria SW merupakan bagian integral dari daya tarik informasinya. Visual yang menarik tidak hanya mempercantik tampilan, tetapi memperkuat pesan, membangun keterhubungan emosional, dan menciptakan pengalaman menonton yang berkesan. Daya tarik visual yang disampaikan secara konsisten menjadi salah satu faktor keberhasilan Ria SW dalam

mempertahankan dan memperluas jangkauan audiensnya, termasuk di Kota Bogor.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keindahan visual dalam konten video Ria SW berperan penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterikatan subscriber di Kota Bogor.

Hal ini sejalan dengan teori komunikasi massa digital, yang menekankan bahwa media baru seperti YouTube memungkinkan penyampaian pesan secara luas dan interaktif, dengan visual sebagai elemen utama dalam membangun pengalaman audiens.

Implikasinya, penyampaian informasi melalui elemen visual bukan hanya meningkatkan nilai estetis konten, tetapi juga menjadi strategi komunikasi efektif untuk mempertahankan perhatian, meningkatkan kepuasan penonton, serta memperkuat engagement.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Whatsapp Terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 41–50. <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1211>
- Aske Cecariyani, S., & Genep Sukendro, G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4191950/konten->
- Hasan, K., Husna, A., & Fitri, D. (2023). Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8, 41–55.
- Kustiawan, W., Siregar, A. S. M. M., Nabila, F., Harahap, K. H., & Aini, L. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *Jurnal*

- Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), 41–45.
<https://agneslintangsari.wordpress.com/2019/11/19/teori-teori-dalam-komunikasi-massa/amp/>
- Nabil, A., Lauzzadani, M. A. W. R., & Rakhmawati, N. A. (2024). 38Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 4(1), 38–43.
- Permana, M. H., & Koesanto, S. (2023). Analisis Media Komunikasi Online terkait Pelecehan Seksual dalam Chatbot di Telegram. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(1), 38–44.
<https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i1.5447>
- Prasetya, F., Embuningtiyas, S. S., & Andriyanto, D. (2022). Youtube Sebagai Media Pembelajaran Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 5(2), 192–202.
<https://doi.org/10.37792/jukanti.v5i2.600>
- Satria, B. (2024). Penggunaan Aplikasi CapCut Untuk Menghasilkan Konten Video Kreatif Bagi Para Santri. *Jurnal Pengabdian ...*, 5(2), 1841–1848.
<http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/3171%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/3171/2202>
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 14–21.
<https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2).
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Wahyuningsih, S. (2015). Desain Komunikasi Visual. *Aspek Desain Komunikasi Visual*, 172.