



ANALISIS ISI PESAN PADA VIDEO REVIEW KONTEN OTOMOTIF DI KANAL YOUTUBE OTODRIVER

Raihan Arrmando
Deavvy M. R. Y Johassan

ABSTRACT

With the development of technology, people who usually search for information about four-wheeled vehicles through print media can now get through audio visuals that can be enjoyed on YouTube. One of the automotive YouTube that can be enjoyed is otodriver. Otodriver has five reviewers namely, Fitra Eri, Adit Widiutomo, Luthfi Aziz, Danu Dirgantoro, and Ahmad Biondi. Fitra Eri herself is already known as a journalist, racer, and has her own YouTube channel. The theory that researchers use in this study is the theory of content analysis. Content analysis is a research technique to describe objectively, systematically, and quantitatively the contents of visible communication. The design of this research is quantitatively descriptive. It can be concluded that it is not the content that is the differentiator but the way the message is conveyed to the audience. On the one hand, Fitra Eri may be more experienced and have more popularity than other reviewers. Which causes differences such as the number of viewers and the number of videos reviewed. As well as from the results of coding sheet both coders there are several indicators that have different results

Keywords: Content analysis, New Media, YouTube, Automotive

ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi, orang yang biasanya mencari informasi tentang kendaraan roda empat melalui media cetak sekarang sudah bisa melalui audio visual yang dapat dinikmati di YouTube. Salah satu YouTube otomotif yang dapat dinikmati ialah Otodriver. Otodriver memiliki lima *reviewer* yaitu, Fitra Eri, Adit Widiutomo, Luthfi Aziz, Danu Dirgantoro, dan Ahmad Biondi. Fitra Eri sendiri sudah dikenal sebagai jurnalis, pembalap, dan memiliki kanal YouTube sendiri. Teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis isi. Analisis isi merupakan Teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak. Desain penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif.

Dapat disimpulkan bahwa bukan isi yang menjadi pembeda tetapi cara menyampaikan pesan tersebut kepada penonton. Di satu sisi mungkin Fitra Eri lebih berpengalaman serta memiliki kepopuleran yang lebih dibanding *reviewer* lainnya. Yang menyebabkan adanya perbedaan seperti jumlah penonton dan banyaknya video yang diulas. Serta dari hasil *coding sheet* kedua *coder* adanya beberapa indikator yang memiliki hasil berbeda yaitu kelengkapan dan proporsional. Kelengkapan seperti 5W + 1H serta gagasan yang kurang seimbang.

Kata kunci: Analisis isi, Media Baru, YouTube, Otomotif



Hak cipta milik BK-GIT (Berkas Gigitan) dan diterbitkan oleh Institut Rintis Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
- a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, dan penyusunan laporan.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pendahuluan

Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan. Di Indonesia sendiri, Kementerian Komunikasi dan Informasi berdasarkan hasil survey yang dilakukannya, mencatat sekitar 132,7 juta orang Indonesia di sepanjang tahun 2016 telah terhubung ke internet. Menurut Widiyanto, (dalam Afrilia, 2017: 32) hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu di mana berdasarkan survey yang dilakukan APJII pada 2014 hanya terdapat 88 juta pengguna internet.

Ealu dilanjutkan dengan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, dalam 15 tahun terakhir (2002 - 2017) terjadi kenaikan pengakses internet dari 4,5 juta warganet menjadi 145 juta warganet. Ada yang menarik dari kebiasaan warganet itu dengan merujuk data APJII 2016. Yakni, motivasi warganet Indonesia dalam mengakses internet (dalam jawaban terbukanya) yang tertinggi ternyata bukan akses media massa daring atau berita, melainkan media sosial dan mencari hiburan.

Dengan adanya internet, perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia zaman modern. Akses informasi menjadi semakin cepat, pekerjaan semakin mudah dilakukan, serta belajar menjadi lebih mudah dan berbagai keunggulan lainnya. Salah satu jenis media massa baru karena perubahan teknologi adalah adanya *new media*. Media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Media baru adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi.

Menurut hasil survei Most Active Social Media Platforms, penggunaan Youtube di Indonesia menjadi peringkat pertama di antara

media sosial yang lain. Persentase grafik sebesar 88% menjadikan Youtube adalah platform media sosial yang paling aktif diantara yang lain. Hal ini dikarenakan Youtube memberikan sejumlah keunggulan penampilan audio visual, sehingga para audience dapat memahami informasi yang disampaikan dan mudah dimengerti.

Otodriver adalah salah satu kanal review kendaraan roda empat di Youtube terbesar. digambarkan dengan jumlah subscribers atau pengguna yang berlangganan di kanal Youtube Otodriver, diambil dari socialblade.com sudah mencapai angka 829.000 dengan total keseluruhan penonton mencapai 163.747.518 per Maret 2019. Hadirnya Otodriver sangat membantu konsumen dalam pemilihan kendaraan roda empat. Otodriver menanamkan sikap independensi dalam setiap review yang dilakukan yang membuat Otodriver digemari oleh audience kanal Youtube nya. Terutama Fitra Eri, pemimpin redaksi Otodriver.

Fitra Eri adalah salah satu jurnalis atau pembawa acara dalam konten Youtube Otodriver. Karena selain jurnalis, Fitra Eri adalah seorang pembalap berprestasi di Indonesia dan juga mempunyai kanal Youtube pribadi dengan jumlah subscribers lebih banyak daripada Otodriver, dilihat dari socialblade.com yaitu 1.100.000 dengan total penonton 135.699.173 per Maret 2019. Fitra Eri dalam kanal Youtube Otodriver menjadi salah satu jurnalis pertama di Otodriver dan yang paling kompeten dalam hal tutur kata serta pembawaan konten di video. Bisa dilihat dalam kanal Youtube Otodriver, setiap video yang dibawakan oleh Fitra Eri mendapatkan penonton yang lebih banyak dibanding jurnalis lain yang ada di Otodriver.

Berdasarkan hal diatas, penulis menggunakan analisis isi untuk meneliti pesan yang ada dalam review oleh Fitra Eri dengan jurnalis lainnya, yaitu Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz, serta review mobil Jepang dan mobil Eropa. Peneliti akan menganalisis isi daripada bentuk pesan yang ditimbulkan dan akan mengamati

1. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Hak cipta milik BIKG. Untuk lebih jelasnya, kunjungi website kami di www.kwikkian.com



penyampaian pesan oleh seluruh jurnalis Otdriver.

Analisis Isi

Secara umum, analisis isi merupakan teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak. Menurut Eriyanto (2011: 15) analisis isi didefinisikan sebagai suatu teknik penalaran ilmiah yang ditunjukkan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi, serta ditujukan mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak.

Analisis isi terbebas dari kerangka atau perspektif tertentu karena tidak berangkat dari rumusan filosofis, melainkan dari sebuah kejadian atau peristiwa. Tetapi praktiknya merupakan metode kuantitatif. Metode ini berawal dari kesadaran manusia akan kegunaan simbol, angka, dan bahasa.

Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dan kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.

Langkah awal yang penting dalam analisis isi adalah menentukan unit analisis. Krippendorff (2007: 97) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas – batasnya dan mengidentifikasi untuk unit analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks.

Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, scene (potongan adegan), dan paragraph. Bagian - bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar kita sebagai peneliti untuk melakukan pencatatan. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat

dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat.

Unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisis isi unit analisisnya yang digunakan untuk menganalisis adalah teks, pesan atau medianya sendiri. Penelitian ini menggunakan unit analisis tematik. Namun, secara umum ada beberapa unit analisis dalam analisis isi, yaitu:

a) Unit fisik

Unit fisik dihitung berdasarkan satuan panjang, kolom, inci, waktu, dari pesan yang disampaikan. Misalnya, periset bisa menghitung panjang suatu berita dengan satuan mili kolom atau centi kolom, durasi tayangan sinetron, dll.

b) Unit sintaksis

Unit sintaksis berupa kata atau simbol, penghitungannya adalah frekuensi kata atau simbol itu. Misalnya, berapa jumlah kata-kata yang mengandung porno dalam sebuah berita, berapa kali frekuensi kemunculan adegan kekerasan dalam film, dll.

c) Unit referensial

Unit referensial ini merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis, yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat. Masing – masing kata dilihat secara eksplisit. Sementara dalam unit referensial, kata – kata yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu kesatuan. Misalnya mengukur opini rencana menggunakan unit referens, dengan kategori opini mendukung, netral atau tidak mendukung. Kalimat-kalimat dalam rencana yang mengandung kalimat mendukung dimasukkan dalam kategori mendukung.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBILKKG.



d) Unit proporsional

Merupakan satu kalimat dengan kalimat lainnya yang ditautkan dan menyimpulkan pernyataan (proposisi) yang terbentuk dari rangkaian antarkalimat. Penggunaan unit proporsional dalam analisis isi membutuhkan kemampuan peneliti dalam hal logika dan tata bahasa, karena pada dasarnya unit proporsional mengubah kalimat – kalimat menjadi sebuah proposisi baru.

e) Unit tematik

Berupa satuan berita, perhitungannya berdasarkan tema berita yang diberitakan, misalnya tema apa yang sering muncul selama satu tahun, dan lain sebagainya.

Metode Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah video *review* di kanal *YouTube* Otodriver pada tahun 2019 yang berjumlah sebanyak 32 video. Dengan jumlah *review* mobil Eropa 17 video, dan *review* mobil Jepang sejumlah 15 video. *Review* tersebut dibawakan oleh 5 jurnalis Otodriver, yaitu Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Fitra Eri, dan Luthfi Aziz.

Peneliti akan meneliti video *review*/ulasan otomotif khususnya antara mobil Jepang dan mobil Eropa. Peneliti memilih objek ini dikarenakan, kanal *Youtube* Otodriver menjadi kanal *YouTube* otomotif roda empat dengan *subscriber* terbanyak di Indonesia (Suryo Sudjatmiko, 2017, diakses pada tanggal 4 Januari 2021).

Kanal *YouTube* Otodriver pun termasuk ke dalam 10 Channel *Youtube* otomotif terbaik di Indonesia (*trendingtopp.com*, 2020, diakses pada tanggal 4 Januari 2021). Kanal *Youtube* Otodriver berada di posisi ketujuh dan untuk *editor in chief* kanal *YouTube* ini yaitu, Fitra Eri berada di posisi kedua. Fitra Eri sendiri dikenal

sebagai seorang pembalap nasional dan juga jurnalis di bidang otomotif Indonesia.

Desain Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Penelitian kuantitatif tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Menurut Eriyanto (2011: 47) analisis isi deskriptif adalah analisis yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu.

Jenis penelitian seperti ini biasanya digunakan untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya. Pendekatan analisis isi ini dapat digunakan semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, berita televisi maupun dokumen bentuk lain.

Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek - aspek karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi disebut kuantitatif karena dalam menganalisis isi diperlukan data kuantitatif misalnya untuk menghitung kata, pengelompokan bidang dan penghitungan lainnya.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 64) variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai varian tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk. Variabel berfungsi sebagai penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris.

Peneliti menggunakan teknik operasionalisasi Westerthal. Dengan cara ini, konsep yang abstrak dapat dioperasionalisasikan secara konkret dan dapat diukur. Peneliti menggunakan teknik ini karena peneliti merasa cukup lengkap dan relevan digunakan untuk mengukur penelitian ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan beberapa upaya untuk bisa mengumpulkan data selengkap-lengkapnyanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain adalah:

4. Observasi Online

Observasi online adalah dengan mengamati secara seksama video review pada kanal YouTube Otodriver yang diunggah pada tahun 2019. Dengan rincian sebanyak 17 video review mobil Eropa dan 15 video review mobil Jepang yang dibawakan oleh lima jurnalis Otodriver, yaitu Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Fitra Eri, dan Luthfi Aziz.

Teknik Analisis Data

Dalam analisis isi, alat ukur yang dipakai adalah lembar coding (coding sheet). Dipastikan lembar coding yang dipakai adalah alat ukur yang terpercaya (reliabel). Reliabilitas sangat penting dalam analisis isi. Reliabilitas terletak pada jaminan yang diberikannya bahwa data yang diperoleh independen dari peristiwa, instrumen atau orang yang mengukurnya.

Dalam perhitungan reliabilitas membutuhkan dua atau lebih orang coder. Masing - masing coder akan diberi alat ukur (lembar coding) dan diminta untuk menilai sesuai dengan petunjuk dalam lembar coding. Hasil dari pengisian coder itulah yang diperbandingkan, dilihat berapa persamaan dan berapa pula perbedaannya. Untuk uji reliabilitas peneliti dibantu oleh dua orang koder (orang yang melakukan pengkodean) dalam pengkodean data penelitian.

Hal ini dilakukan untuk menjaga reliabilitas dalam pengkategorisasian. Untuk menghitung persetujuan dari hasil penelitian para koder, peneliti menggunakan formula Holsti (Eriyanto, 2011:290) adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

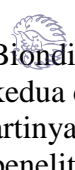
Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan perhitungan peneliti bisa menjelaskan penyampaian pesan yang disampaikan oleh para jurnalis, yaitu Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Fitra Eri, dan Luthfi Aziz pada video ulasan mobil Jepang dan Eropa. Untuk video ulasan mobil Jepang yang diulas oleh Fitra Eri sebanyak 11 video dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz hanya mengulas sebanyak 5 video. Dari jumlah sendiri menjadikan sebuah penilaian bahwa Fitra Eri memiliki kredibilitas dalam mengulas mobil.

Hasil uji reliabilitas yang memiliki hasil reliabilitas yang tidak berbeda jauh dan sama-sama memiliki korelasi yang cukup, membuktikan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam mengulas mobil Jepang tidaklah berbeda antara Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Luthfi Aziz. Tetapi jika dilihat dari nilai yang diberikan dari kedua coder memiliki penilaian yang berbeda. Pada kategori kelengkapan untuk Fitra Eri kedua coder memberikan nilai 1 yang dominan yang artinya pada video yang diulas memiliki kelengkapan 5W + 1H, sedangkan untuk Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dominan diberikan nilai 2 yang mana masih kurang dalam kelengkapan penyampaiannya dan masih sering sekali untuk menyebut kata “eee” dalam mengulas.

Pada kategori relevansi Fitra Eri diberi nilai 1 yang dominan oleh kedua coder yang berarti video ulasan itu termasuk ke dalam kategori relevan dengan adanya unsur nilai normatif, jurnalistik, khalayak, dan real-world. Sedangkan pada Adit Widiutomo, Ahmad

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis isi dari forum diskusi Kwik Kian Gie.

Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz kedua coder dominan memberikan nilai 2 yang artinya hanya mengandung 1-2 nilai saja. Yang peneliti perhatikan dari video yang diulas Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz adalah kurangnya unsur khlayak dan jurnalistik. Di mana cara mengulas mereka kurang menarik untuk khlayak. Untuk kategori dua sisi yaitu keseimbangan antara nilai positif dan negatif, Fitra Eri mendapatkan nilai 1 yang dominan di mana imbangan antara sisi positif dan negatifnya. Untuk Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz, kedua coder dominan memberikan nilai 2 yang mana artinya masih terlalu condong ke salah satu penilaian. Hal ini juga berhubungan pada kategori non evaluatif, di mana untuk Fitra Eri mendapatkan nilai 2 yang dominan yang artinya evaluatif. Fitra Eri mencampurkan fakta dengan opini pribadinya yang menghasilkan sebuah penilaian. Di mana hal ini diperlukan dalam mengulas agar penonton juga bisa mendapatkan pandangan Fitra Eri sebagai konsumen atau pengguna mobil, jadi penonton bisa tahu apakah mobil yang diulas worth it atau tidaknya terutama bagi yang ingin membeli mobil tersebut. Sedangkan, untuk Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz mendapatkan nilai 1 yang dominan, artinya saat mengulas video tersebut bersifat non evaluatif yaitu, tidak mencampurkan fakta dan opini pribadinya. Hal ini juga peneliti perhatikan pada salah satu video di mana Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz masih berpaku pada ulasan yang dibawakan Fitra Eri di video yang berbeda dengan beberapa kali menyebutkan “bisa dilihat pada video yang sebelumnya sudah dijelaskan mas Fitra”.

Untuk video ulasan mobil Eropa sama yaitu, setelah diuji reliabilitasnya video yang Fitra Eri sama-sama memiliki hasil uji yang tidak berbeda jauh dan memiliki korelasi yang cukup. Akan tetapi, perbedaan jumlah video yang diulas Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi

Aziz memiliki selisih yang jauh yaitu, 15 video yang diulas Fitra Eri dan hanya dua video yang diulas oleh Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz. Sehingga peneliti hanya menghitung milik Fitra Eri. Dari nilai yang diberikan oleh kedua coder tidak jauh berbeda dengan nilai yang diberikan pada video ulasan mobil Jepang.

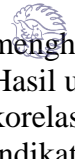
Dari hasil kedua coder ini peneliti dapat mengatakan bahwa hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan yang disampaikan pada video ulasan mobil Jepang maupun Eropa yang dibawakan oleh Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz. Titik perbedaannya adalah cara penyampaian. Secara keseluruhan memang nilai yang diberikan hampir sama terhadap Fitra Eri maupun kepada Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz. Yang bisa peneliti sampaikan adalah mungkin ini masalah selera. Di luar kepopuleran Fitra Eri memang cara penyampaian pesan yang ia bawakan lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat luas. Bukan hanya yang memiliki ketertarikan lebih terhadap otomotif tetapi juga orang awam. Perbedaan penilaian ini bisa menjadi sebuah masukan juga kepada Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dan juga kanal YouTube Otodriver untuk meningkatkan kualitas dan juga memberikan lebih banyak screen time kepada jurnalis lain selain Fitra Eri.

Penutup

Setelah peneliti melakukan penelitian secara mendalam dengan cara membuat coding sheet dan ada dua coder yang mengisi, kemudian peneliti analisa dan uji relaibitasnya mengenai pesan yang disampaikan Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dalam mengulas mobil Jepang dan Eropa pada kanal Youtube Otodriver Maka peneliti menarik kesimpulan berdasarkan analisis dan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Dari hasil uji realibitas dan dihitung kembali menggunakan indeks Scott pi

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBILKKG.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBILKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBILKKG.

menghasilkan angka yang tidak jauh berbeda. Hasil uji realibilitas yang rata-rata memiliki korelasi yang cukup. Jika dilihat dari indikatornya memang antara Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz memiliki nilai yang sama, di mana apa yang disampaikan sama tetapi yang menjadi beda ialah caranya.

Perbedaan jumlah video yang diulas oleh Fitra Eri dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz sudah berbeda begitu jumlah penonton. Baik di video ulasan mobil Jepang dan Eropa. Pada video mobil Jepang Fitra Eri mengulas sebanyak 11 video dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz 5 video (ada satu video yang diulas secara bersama). Untuk mobil Eropa, Fitra Eri mengulas 15 video dan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz hanya 2 video saja. Hal ini menunjukkan bahwa penonton menyukai cara penyampaian pesan oleh Fitra Eri. Dari gaya bahasa, gesture tubuh, dan pemilihan kata.

Jurnalis lain seperti Bondi, cenderung kurang diminati dikarenakan cara penyampaian yang masih belum baik. Pemilihan kata, gesture tubuh masih perlu dikembangkan lagi, terutama mengurangi kata “eee” dalam mengulas. Untuk beberapa video baik di mobil Jepang dan Eropa yang pada video first impression dijelaskan oleh Fitra Eri dan diulas oleh Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz akan memiliki jumlah penonton yang jauh berbeda.

Dan di beberapa video, Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz masih menggantungkan opininya dengan melontarkan kata “bisa dilihat di video yang mas Fitra jelaskan sebelumnya” yang menandakan ketidak percayaan diri dan masih berpaku kepada Fitra Eri.

Dapat disimpulkan bahwa bukan isi yang menjadi pembeda tetapi cara menyampaikan pesan tersebut kepada penonton. Di satu sisi mungkin Fitra Eri lebih

berpengalaman serta memiliki kepopuleran yang lebih dibanding Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz. Yang menyebabkan adanya perbedan seperti jumlah penonton dan banyaknya video yang diulas. Serta dari hasil coding sheet kedua coder adanya beberapa indikator yang memiliki hasil berbeda yaitu kelengkapan dan proporsional. Kelengkapan seperti 5W + 1H serta gagasan yang kurang imbang.

Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada peneliti berikutnya terutama yang ingin membuat skripsi yang berkaitan dengan Youtube, bukan hanya meneliti tentang penyampaian pesan tetapi juga bisa meneliti tentang presentasi diri sebagai seorang Youtuber atau Vlogger dengan menggunakan teori computer mediated communication (CMC) yang mana memudahkan individu untuk berinteraksi atau berkomunikasi secara virtual

Untuk penelitian selanjutnya dapat juga dikembangkan melalui jarum hipodermik bagaimana menilai salah satu reviewer atau influencer dapat mempengaruhi khalayak luas dengan konten yang disajikan dan dapat mengendalikan media massa maupun maupun media digital.

Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran, yaitu:

Untuk Otodriver dapat terus memberikan informasi tentang otomotif khususnya mobil kepada khalayak baik pecinta maupun orang awam. Dengan video yang diunggah dapat memberikan pengetahuan dan juga sudut pandang yang menarik dalam membahasa mobil.

Untuk Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz juga bisa mengembangkan lagi cara menyampaikan

pesan dalam hal mengulas mobil di kanal Youtube Otodriver. Terlebih juga untuk Otodriver dapat memberikan kesempatan lebih untuk mereka mengulas mobil-mobil dan tidak hanya bergantung kepada satu orang saja. Dan tidak terlalu fokus kepada angka penonton tetapi juga feedback dari penonton.

Untuk pecinta otomotif dan penonton kanal Youtube Otodriver selalu mendukung Youtube ini dengan menonton tiap video ulasan siapapun yang mengulas tidak harus Fitra Eri tetapi reviewer lain juga memiliki keahlian dalam bidang yang sama. Tidak membedakan isi konten selagi konten yang disajikan sesuai dengan apa yang tertera pada judul.

Daftar Pustaka

10 Channel Youtube Otomotif terbaik di Indonesia 2020, Trendingtopp.com, diakses pada 4 Januari 2021, <https://trendingtopp.com/channel-youtube-otomotif-indonesia/>.

Abraham A, (2011), Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube, Surabaya: Reform Media.

Ardianto, Elvinaro, (2007), Pengantar Ilmu Komunikasi, Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

Auliani, Palupi Annisa 2018, Empat Jam Mencekam Di Kantor Pusat Youtube, Kompas.com, diakses 14 Juni 2020, <https://tekno.kompas.com/read/2018/04/04/09460037/empat-jam-mencekam-di-kantor-pusat-youtube?page=all>.

Eriyanto, (2013), Analisis Isi, Jakarta: Kencana Prenada.

Kebijakan dan Keamanan Youtube, diakses 14 juni 2020, <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines>.

Kindarto, Asdani, (2008), Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru), Jakarta: PT Elexmedia Komputindo.

Morissan, (2010), Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nasrullah, Rulli, (2016), Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, Bandung: Simbioasa Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli, (2014), Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nugrahani, Farida, (2014), Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa, Solo: Cakra Books.

Nurudin, (2007), Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: Raja Gafindo Persada.

Pengertian Youtube, Fitur, Manfaat, Kekurangan dan Kelebihannya 2018, Galerinfo.com, diakses 14 Juni 2020, <https://www.galerinfo.com/pengertian-youtube/>.

Quipper Indonesia 2020, Kelemahan dan Keunggulan Konten TV vs Youtube, Simak Yuk!, Kumparan.com, diakses 14 Juni 2020, <https://kumparan.com/quipper-indonesia/kelemahan-dan-keunggulan-konten-tv-vs-youtube-simak-yuk-1tBsAG2I0Du/full>

Rakhmat, Jalaluddin, (2011), Psikologi Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

West, Richard dan Turner Lynn H (2008), Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi

Jakarta: Salemba Humanka.



Romli, Asep Syamsul. M, (2014), Jurnalistik Online, Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.

Romli, Khomsahrial, (2016), Komunikasi Massa, Jakarta: Grasindo.

Sudjanto, Suryo 2017, Otodriver : Cetak Rekor Sebagai Channel Youtube Otomotif Roda Empat Dengan Subscriber Terbanyak di Indonesia, Carreview.id, diakses 4 Januari 2021, <https://carreview.id/news/otodriver-cetak-rekor-sebagai-channel-youtube-otomotif-roda-empat-dengan-subscriber-terbanyak-di-indonesia/9904>.

Sugiyono, (2017), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Tamburaka, Apriadi, (2013), Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Vera, Nawiroh, (2016), Komunikasi Massa, Bogor: Ghalia Indonesia

Youtube, Wikipedia, diakses 20 Agustus 2020, https://id.wikipedia.org/wiki/Me_at_the_zoo.

Youtube About, diakses 14 Juni 2020, <http://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/>

1. Di rang mngutip sebagian atau seluruh nya tulis ing tanpa mencantumkan a. mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.