



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

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.

Lalu 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.

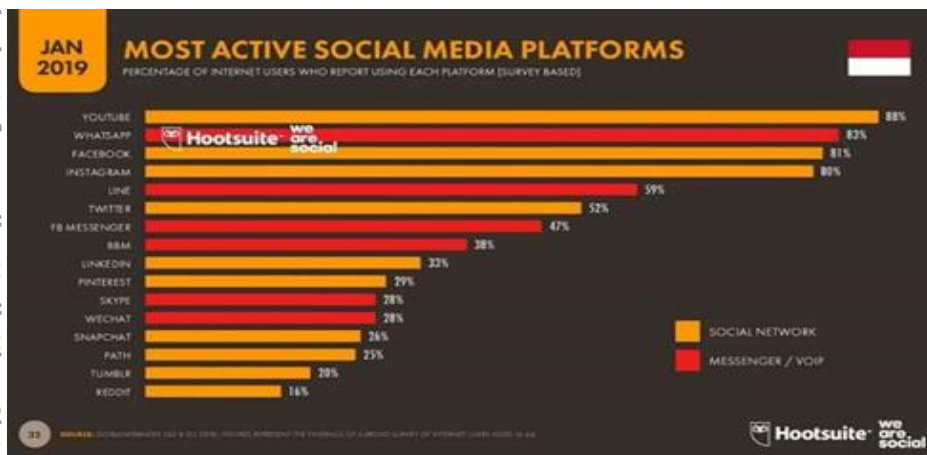
Dengan adanya internet, perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia zaman modern. Akses informasi menjadi semakin cepat, pekerjaan semakin mudah dilakukan, serta belajar menjadi lebih mudah, dan berbagai keunggulan lainnya. Salah satu jenis media massa baru karena

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI:KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI:KKG.

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.

Gambar 1.1

Hasil survei *Most Active Media Social Platforms*



Sumber : *We Are Social* (diakses pada 15 Mei 2019)

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.

Video yang terdapat di *Youtube* memiliki keunikannya masing - masing. Di saat oleh konten kreator dan informasi dikemas dalam berbagai macam bentuk dalam

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kanal *Youtube* masing - masing, salah satunya adalah *review* kendaraan roda empat. Dimana konten disajikan dalam bentuk *audio visual* yang dikemas sesuai selera pasar, memberi pengetahuan tentang kendaraan roda empat baru yang belum diluncurkan atau sudah diluncurkan oleh merk tertentu. Adanya kanal *Youtube* seperti itu menggantikan peran majalah otomotif.

Dulu sebelum adanya *Youtube*, masyarakat hanya bisa melihat *review* kendaraan roda empat lewat media cetak, yaitu majalah atau tabloid otomotif yang beredar, dan belum tentu kendaraan yang di *review* oleh majalah atau tabloid tersebut adalah kendaraan yang ingin dilihat oleh masyarakat. Majalah dan tabloid otomotif sekiranya hanya mengulas kendaraan roda empat yang sedang *happening* pada saat itu. Jadi masyarakat tidak bisa memilih apa yang ingin mereka baca pada majalah atau tabloid otomotif. Beda dengan *review* kendaraan roda empat yang ada di *Youtube* sekarang, masyarakat bebas memilih apa yang ingin mereka lihat, hanya dengan mencari kata kunci pencarian nya, sudah pasti ada. Dan jangan lupa untuk berlangganan atau *subscribe* pada kanal *Youtube* tersebut untuk mengapresiasi pemilik kanal akan video *review* yang sudah dibuat.

Informasi yang dibawakan oleh kanal *Youtube* dalam bentuk *audio visual* membantu konsumen dalam memilih mobil yang cocok. Kelebihannya dibanding majalah, konsumen bisa melihat jelas produk kendaraan roda empat dalam bentuk *audio visual*. Tidak hanya calon pembeli, orang yang tidak ada keinginan untuk membeli mobil pun bisa menonton review ini untuk menambah wawasan dalam dunia roda empat. Dan semua hal itu bisa dilakukan tanpa pungutan biaya apapun dari *Youtube*. Tidak disangka, model *review* dengan *audio visual* ini digemari oleh pengguna layanan *Youtube*, salah satunya adalah Otodriver.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institusional Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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 penyampaian pesan oleh seluruh jurnalis Otodriver.

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

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 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.

penilaian ilmiah yang ditunjukkan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi, serta ditujukan mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak.

Menurut Kautsar (2016:33), sebagai sebuah metode, analisis isi memiliki akar intelektual yang sangat panjang, bahkan disebut sebagai metode tafsir yang paling tua. Analisis isi terbebas dari kerangka atau perspektif tertentu karena tidak berangkat dari renungan filosofis, melainkan dari sebuah kejadian atau peristiwa. Tetapi praktiknya merupakan metode kuantitatif. Metode ini berawal dari kesadaran manusia akan kegunaan simbol, angka, dan bahasa. Penulis menggunakan unit analisis tematik pada penelitian ini.

Pada unit analisis tematik, peneliti menggunakan penalaran. Peneliti mengaitkan antara satu kata dengan kata lain, kalimat satu dengan kalimat lain, keterkaitan antar paragraf sehingga dapat menyimpulkan gagasan atau ide tertentu dari sebuah teks. Menurut Holsti (1969: 116-117), tematik dari suatu teks dapat dilihat dari subjek yang terdapat dalam teks. Jika dalam teks terdapat tiga subjek, berarti dalam teks tersebut terdapat tiga tema. Peneliti tinggal melihat rangkaian kata dan kalimat dalam teks ketika berbicara mengenai subjek tersebut.

Analisis isi dengan metode kuantitatif digunakan sebagai jenis penelitian karena dapat menghasilkan penelusuran informasi fakta dan diolah menjadi suatu data serta menghasilkan perhitungan objektif, terstruktur, teruji, dan isi pesan yang nyata atas *review* otomotif dalam kanal *Youtube* Otodriver.

Maka alasan utama bagi peneliti adalah untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh jurnalis Otodriver dalam kanal *Youtube* Otodriver. Hal - hal yang ada pada *review* mobil Jepang ataupun mobil Eropa dan melihat perbedaan



pembawaan konten oleh masing - masing jurnalis. Otodriver mempunyai lima jurnalis yang bertugas untuk membawakan konten *review*, yaitu Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, Fitra Eri, dan Luthfi Aziz.

Penulis menjadikan kanal *Youtube* Otodriver sebagai objek penelitian. Alasan nya adalah karena dikutip dari *idntimes.com*, Otodriver menjadi salah satu kanal *Youtube review* otomotif paling berkarakter yang ada di Indonesia serta dengan adanya Fitra Eri, jurnalis otomotif dengan jam terbang tinggi dalam tim Otodriver . Itulah hal yang menjadi tolak ukur penelitian yang akan diteliti dan dianalisis.

Pada studi kasus ini, peneliti menggunakan video kanal *Youtube* Otodriver di tahun 2019 sebagai data penelitian. Tercatat ada 104 video *review* otomotif yang di unggah oleh Otodriver selama tahun 2019, mulai dari 4 Januari 2019 sampai 30 Desember 2019. Dari 104 total unggahan, video *review* berjumlah 32. Dengan jumlah *review* mobil Eropa 17 video, dan *review* mobil Jepang sejumlah 15 video.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian berjudul : “Analisis Isi Pesan Pada Video *Review* Konten Otomotif di Kanal *Youtube* Otodriver“.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan: “Bagaimana analisis isi pesan pada video *review* konten otomotif di kanal *Youtube* Otodriver?”

## C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :





1. Apa pesan yang dibawakan oleh Fitra Eri dalam mengulas mobil Jepang?
2. Apa pesan yang dibawakan oleh Fitra Eri dalam mengulas mobil Eropa?
3. Bagaimana pesan yang dibawakan Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dalam mengulas mobil Jepang dan mobil Eropa?

**C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pesan yang dibawakan oleh Fitra Eri dalam mengulas mobil Jepang.
2. Untuk mengetahui pesan yang dibawakan oleh Fitra Eri dalam mengulas mobil Eropa.
3. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh Adit Widiutomo, Ahmad Biondi, Diandra Gautama, dan Luthfi Aziz dalam mengulas mobil Jepang dan mobil Eropa.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

- a) Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk memperoleh wawasan baru mengenai pesan pada konten *review* otomotif kanal *Youtube* Otodriver yang dibawakan oleh jurnalis yang berbeda.
- b) Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan Ilmu Komunikasi mengenai *new media*, dan konten video khususnya pada tayangan *Youtube* yang saat ini digemari oleh masyarakat sebagai media pemenuhan kebutuhan

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



informasi mereka dan dapat mempengaruhi minat pembelian di dalam masyarakat.

**© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2. Manfaat Praktis**

- a) Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan para penikmat dan pembuat konten *review* kendaraan roda empat di *Youtube* dan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, sehingga mereka mengetahui perbedaan pembawaan tayangan *review* kendaraan roda empat oleh jurnalis dengan jam terbang tinggi, kepada pribadi seseorang dan khalayak luas.
- b) Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman baru kepada para penonton konten *review* otomotif di kanal *Youtube* Otodriver akan hal - hal apa saja yang membedakan jurnalis Otodriver dalam mengulas mobil Jepang dan mobil Eropa.

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 dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

