



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Latar Belakang

Internet dan media sosial terutama YouTube merupakan salah satu media utama yang digunakan dalam pendistribusian informasi pada saat ini. Oleh sebab itu internet dan media sosial telah mengubah perspektif pada media tersebut secara keseluruhan. Dengan adanya internet, perkembangan akan teknologi dapat membawa banyak perubahan yang terjadi pada kehidupan manusia pada zaman modern saat ini. Penggunaan akan internet menjadi sebuah jembatan yang memudahkan dalam mencari berbagai informasi sehingga akses terhadap informasi akan semakin cepat, dapat memudahkan pekerjaan serta memudahkan sistem pembelajaran terlebih pada masa pandemi COVID-19 saat ini dan juga berbagai keunggulan lainnya.

Salah satu jenis media massa yang baru disebabkan oleh perubahan teknologi adalah dengan adanya *new media*. Media baru (*new media*) merupakan sebuah *terminology* yang menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung ke dalam suatu jaringan. Media baru juga merupakan segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber yang memberikan informasi kepada penerima informasi.

YouTube memiliki berbagai macam jenis video dan memiliki keunikannya masing - masing. Video yang di unggah pada YouTube dapat dikemas dalam berbagai macam jenis video sesuai dengan keinginan dari konten kreator tersebut, salah satunya adalah konten *review* kendaraan roda empat. Konten *review* tersebut

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.



disajikan dalam bentuk *audio visual* yang dikemas sesuai dengan keinginan pasar dan memberikan pengetahuan mengenai kendaraan roda empat yang baru diluncurkan atau belum diluncurkan oleh merek tertentu. Sebelum adanya YouTube, masyarakat hanya dapat di lihat melalui media cetak, yaitu majalah atau tabloid otomotif.

Melalui majalah atau tabloid otomotif, masyarakat cenderung kurang mendapatkan informasi yang tepat dikarenakan pada majalah atau tabloid masyarakat tidak dapat merasakan kendaraan tersebut dan tidak dapat memilih apa yang ingin dibaca karena terbatasnya isi dari majalah atau tabloid tersebut. Berbeda dengan menggunakan YouTube yang dapat mengulas produk kendaraan roda empat secara lengkap dan detail serta masyarakat dapat memilih produk apa yang sedang *happening* atau yang ingin dicari. Dengan adanya platform media YouTube, dapat mengulas apa kelebihan dan kekurangan dari suatu produk kendaraan roda empat tersebut membuat majalah otomotif tergantikan oleh media *Audo Visual* yang lebih aktual dan cepat.

Melalui YouTube, masyarakat dapat dengan mudah mencari kata kunci pada laman pencarian untuk mencari *review* yang ingin didapat dari produk kendaraan roda empat tersebut kemudian jangan lupa untuk memberikan apresiasi kepada pemilik dari kanal video tersebut yang sudah memberikan informasi dengan cara berlangganan atau *subscribe* sehingga masyarakat dapat mengetahui ulasan produk terbaru yang di buat oleh pemilik kanal YouTube tersebut. Informasi yang diberikan oleh kanal YouTube dibawakan dalam bentuk *Audio Visual* yang dapat membantu konsumen dalam memilih produk kendaraan roda empat yang cocok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Salah satu kelebihan dari menggunakan media digital YouTube dibandingkan dengan majalah, konsumen dapat melihat dengan jelas mengenai produk kendaraan roda empat tersebut dalam bentuk *audio visual*. Bukan hanya masyarakat yang ingin membeli produk kendaraan roda empat yang cocok untuk menonton ulasan tersebut melainkan orang yang tidak memiliki keinginan untuk membeli mobil juga dapat menontonnya untuk menambah wawasan mengenai inovasi dari kendaraan roda empat dan dengan menonton ulasan tersebut bisa dilakukan dengan gratis. Model *review* kendaraan roda empat dengan menggunakan *audio visual* di gemari oleh pengguna layanan YouTube. Di Indonesia terdapat 3 kanal Youtube otomotif terbesar yaitu Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV.

Otodriver yang merupakan salah satu kanal YouTube yang kontennya berisi *review* kendaraan roda empat terbesar. Terlihat dari jumlah *subscribers* atau pengguna yang berlangganan pada kanal YouTube Otodriver, diambil dari *Hypeauditor*, *subscribers* atau pelanggan yang berlangganan pada kanal YouTube Otodriver berjumlah 1.2 juta pelanggan dan memiliki *engagement rate* sebesar 2,1 persen per November 2021.

Hadirnya kanal YouTube yang mengulas produk kendaraan roda empat seperti Otodriver sangat membantu konsumen dalam memilih kendaraan roda empat dengan mendapatkan informasi kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut. Otodriver juga menanamkan sikap yang independen dalam setiap ulasan yang dilakukan terhadap suatu produk kendaraan roda empat. Hal tersebut kemudian digemari oleh *audience* kanal YouTube Otodriver. Terutama pada *host* dari Otodriver yaitu Fitra Eri yang juga sebagai pemimpin redaksi Otodriver.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Fitra Eri merupakan seorang jurnalis di bidang otomotif dan juga merupakan *host* dari Otodriver. Selain bekerja sebagai jurnalis dan *host* Otodriver, Fitra Eri juga merupakan seorang pembalap senior dan berprestasi di Indonesia dan memiliki kanal YouTube pribadi yang bernama Fitra Eri dengan jumlah *subscribers* 2,27 juta pelanggan dan *engagement rate* 2,69 persen per November 2021. Dalam kanal YouTube Otodriver Fitra Eri menjadi salah satu jurnalis yang memiliki pembawaan yang dapat membuat penontonnya setia dalam menonton *review* yang dibuatnya.

Autonetmagz yang juga merupakan kanal YouTube otomotif yang membuat konten tentang kendaraan roda empat dan juga kendaraan roda dua. Diambil dari *hypeauditor*, Autonetmagz memiliki jumlah *subscribers* sebanyak 1,2 juta dan *engagement rate* sebesar 2,38 persen. Dengan adanya Autonetmagz membuat wajah baru dalam dunia YouTube khususnya dalam mengulas kendaraan roda empat.

Autonetmagz merupakan suatu kanal YouTube yang digemari oleh anak muda dikarenakan pembawaan dari *host* yang tampil pada video Autonetmagz merupakan *host* muda yang antusias pada dunia otomotif. Ridwan Hanif sebagai salah satu *founder* dari Autonetmagz dan juga sebagai *host* dari video *review* Autonetmagz yang merupakan seorang pengusaha di bidang rental mobil yang memiliki ketertarikan pada dunia otomotif sehingga menampilkan video *review* mobil baru dan juga konten tentang modifikasi kendaraan roda empat. Dengan adanya Ridwan Hanif dapat membawa pembawaan yang baru pada dunia otomotif.

Motomobi TV adalah kanal YouTube yang memiliki ciri khas yaitu *host* yang menggunakan masker yang bernama Om Mobi. Pada kanal YouTubanya Motomobi TV memiliki konten yang tidak biasa, seperti dalam membuat video mobil yang dipasangkan dengan turbo sehingga membuat mobil tersebut menjadi lebih bertenaga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dibandingkan standar nya. Motomobi TV juga memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan *reviewer* lainnya dengan menggunakan bahasa yang sehari-hari dan dapat membuat penontonnya tertarik dengan pembawaan dari *host* Motomobi TV. Motomobi TV juga memiliki jargon yaitu “Kami Suka Turbo”, oleh karena itu banyak konten dari Motomobi TV yang berhubungan dengan jargonnya tersebut.

Hadirnya Motomobi TV dalam YouTube otomotif membuat masyarakat dapat memilih video *review* dengan pembahasan yang lebih santai dan juga sesuai dengan generasi jaman sekarang. Motomobi TV juga merupakan kanal YouTube otomotif yang besar, dapat dilihat dari jumlah *subscribers* yang berjumlah 1,3 juta *subscriber* dan engagement rate sebesar 3 persen. Pada kanal YouTube Motomobi TV bukan hanya mengulas berbagai macam kendaraan roda empat dan dua yang ada di Indonesia melainkan juga membuat konten otomotif dari luar negeri yang dibuatnya saat menghadiri suatu acara dari merek mobil atau motor tersebut.

Di Indonesia sendiri, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada survei pengguna internet Indonesia 2019-2020 saat ini penetrasi pengguna internet Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018 dan jika digabungkan dengan angka proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia pada tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 296,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen (dalam jawaban terbukanya).

Pada masa pandemi COVID-19 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga melakukan survei yang menggambarkan adanya kenaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

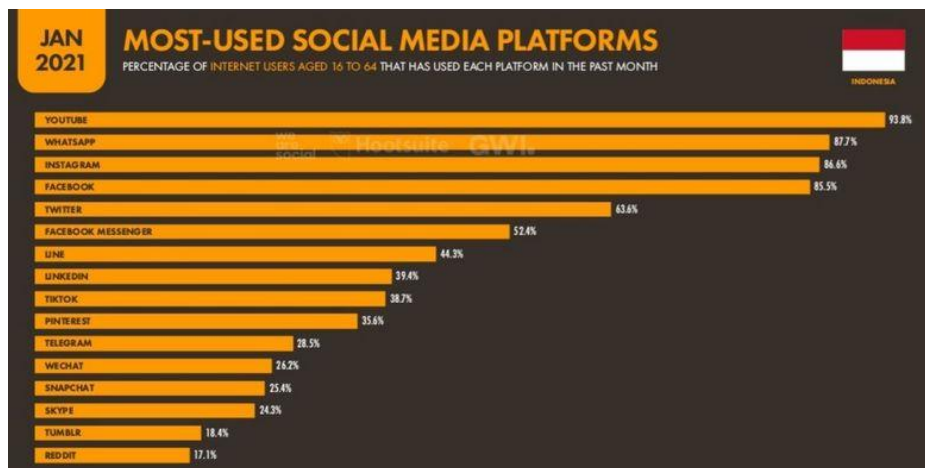
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 8,9 persen atau setara dengan 25,5 juta pengguna. Selain jumlah pengguna internet Indonesia yang bertambah, hasil survei yang dilakukan APJII juga menyoroti perilaku pengguna internet pada efek pandemi COVID-19. Mayoritas pengguna mengakses internet lebih dari 8 jam dalam satu hari. Konten hiburan yang banyak diakses adalah video *on-line* 49,3 persen, gim *on-line* 16,5 persen dan musik *on-line* sebesar 15,3 persen.



Gambar 1.1

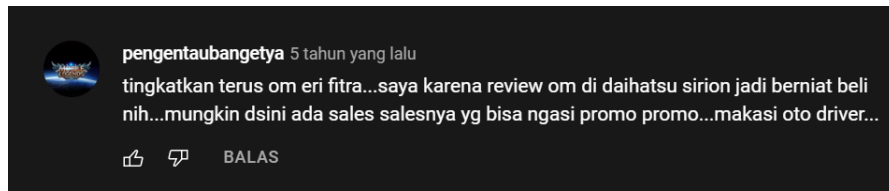
Survei pengguna sosial media berdasarkan hasil survei We Are Social

Sumber : Tekno Kompas (diakses pada 16 November 2021)

Menurut hasil survei agensi marketing *We Are Social* dan perusahaan aplikasi media sosial Hootsuite, YouTube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dalam sebulan. YouTube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun. Sementara *WhatsApp* digunakan oleh 87,7 persen pengguna internet di Tanah air yang kemudian diikuti oleh *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*. Hal tersebut dikarenakan YouTube dapat memberikan sejumlah keunggulan penampilan pada *Audio Visual* dan berbagai macam jenis video yang ada di dalam YouTube, sehingga



audience dapat memahami informasi yang disampaikan dan dapat dengan mudah dimengerti.



Gambar 1.2

Komentar YouTube Otodriver

Sumber : YouTube Otodriver (diakses pada 16 November 2021)

Berdasarkan komentar diatas, peneliti menemukan bahwa ada pengaruh yang timbul dari tayangan *review* yang ada pada Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV terhadap minat beli masyarakat. Peneliti akan menganalisis dan mengamati pengaruh dari tayangan *review* yang ditimbulkan oleh Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV. Ulasan yang dibuat dari setiap kanal YouTube Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV memiliki pengaruh yang besar terhadap minat beli masyarakat akan kendaraan roda empat, hal tersebut membuat masyarakat memiliki opini nya masing – masing akan produk yang ingin di beli. Maka dari itu peneliti berharap dapat mengetahui apa saja pengaruh yang ditimbulkan dari tayangan *review* Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV yang berdampak pada masyarakat.

Secara umum, peneliti menggunakan teori ketergantungan media atau *media dependency*. *Media dependency* menurut Melvin Defluer dan Sandra Ball Roceach, adalah teori mengenai komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu.

B. Rumusan Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan: “Seberapa besar pengaruh dari tayangan *review* Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi Tv terhadap minat beli masyarakat di wilayah Jakarta?”

C. Identifikasi Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh tayangan Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV terhadap minat beli?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengukur besaran pengaruh dari tayangan *review* Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV terhadap calon pembeli kendaraan roda empat

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 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.



E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a) Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk memperoleh wawasan yang baru mengenai pengaruh dari 3 kanal YouTube otomotif terkenal terhadap minat beli.
- b) Penelitian ini untuk memperkaya pengetahuan Ilmu Komunikasi mengenai konten video yang ada pada YouTube yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat sebagai media *audio visual* yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka dan dapat mempengaruhi minat pembelian yang ada dalam masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini bermanfaat untuk dapat menambah wawasan bagi para antusias kendaraan roda empat di YouTube dan perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif, sehingga dapat mengetahui karakteristik dari setiap tayangan *review* kendaraan roda empat yang dibuat oleh 3 kanal YouTube yang berbeda kepada khalayak luas.
- b) Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman yang baru kepada penonton konten *review* otomotif yang ada di media YouTube akan hal – hal yang membedakan kanal Youtube otomotif yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.