

BAB I

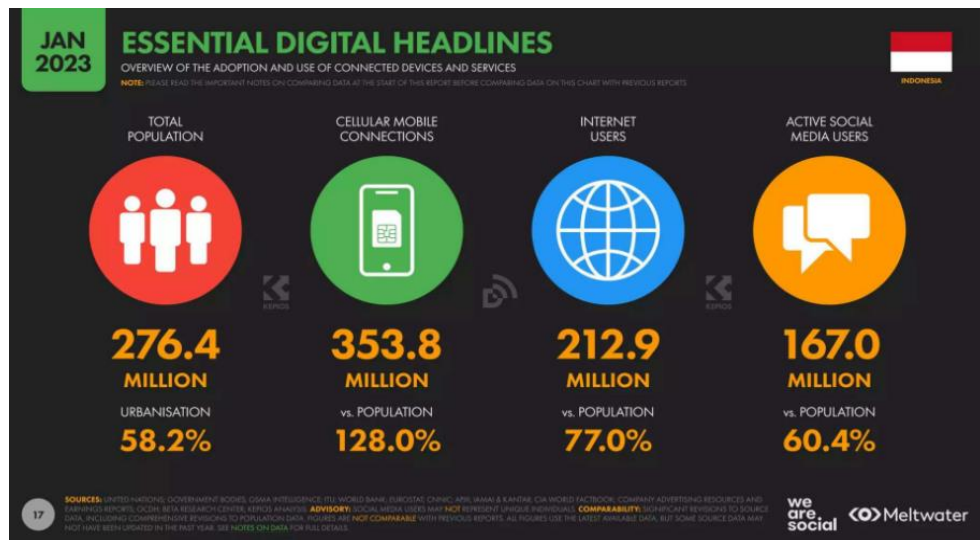
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi mengalami perkembangan dengan munculnya Internet. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka, sehingga berusaha untuk mengakses informasi secepat mungkin. Teknologi informasi mengalami perkembangan dengan munculnya internet dan diikuti dengan hadirnya Media sosial. Internet memenuhi kebutuhan informasi tidak lagi harus bertatap muka (face to face), tetapi dapat melalui dengan media online. Dalam perkembangannya, internet memiliki fungsi yang beranekaragam seperti, berkomunikasi dan mencari informasi. Masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk berkomunikasi dan mencari sebuah informasi melalui Media Sosial. Menurut Wilbur Schram (Rakhmat, 2004 : 208).

Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. (Kaplan, Andreas, dan Haenlein, 2010).

Media Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas di semua bidang, antara lain, dibidang Pendidikan, Pariwisata , Ekonomi, Politik, Otomotif dan berbagai bidang lainnya. Media sosial menjadi salah satu alernatif untuk memudahkan mendapatkan sebuah informasi (Romli et al., 2021).



Gambar 1. 1 Data (Trend) Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia tahun 2023

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Sumber diakses pada tanggal 10 Oktober 2023

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan dari teknologi digital. Dikutip dari data *We Are Social* pengguna internet dan media sosial pada tahun 2023, di Indonesia memiliki Total Populasi (jumlah penduduk) 276,4 juta, Perangkat Mobile yang terhubung: 353,8 juta (128% dari total populasi). Jumlah pengguna Internet yang ada di Indonesia berjumlah 212,9 juta (77% dari total

populasi), serta pengguna Media Sosial Aktif: 167 juta (60,4% dari total populasi). Maka dapat disimpulkan bahwa hampir sebagian besar penduduk di Indonesia sudah terpapar koneksi internet berikut dengan informasi yang didapat dari internet. Dari 212,9 Juta pengguna Internet, sebesar 167 juta masyarakat merupakan pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2023 yang penetrasinya sebesar 60,4 persen (manfaat60,4%). Sehingga pemaparan informasi melalui media sosial dinilai sangat efektif karena pengguna media sosial yang mencapai lebih dari setengah total populasi penduduk di Indonesia.

JAN 2023 TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING
SIMILARWEB'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2021 AND NOVEMBER 2022

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	2.02 B	119 M	9M 42S	8.5
02	YOUTUBE.COM	833 M	70.6 M	21M 30S	11.6
03	FACEBOOK.COM	487 M	60.7 M	8M 24S	7.8
04	INSTAGRAM.COM	215 M	36.2 M	7M 45S	11.6
05	TWITTER.COM	192 M	29.7 M	3M 20S	2.1
06	WHATSAPP.COM	191 M	32.0 M	11M 57S	13.2
07	SHOPEE.CO.ID	165 M	45.1 M	5M 42S	5.8
08	DETIK.COM	157 M	31.0 M	6M 02S	5.8
09	KOMPAS.COM	157 M	40.1 M	5M 35S	2.6
10	HOTSTAR.COM	149 M	41.3 M	18M 08S	4.5
11	TOKOPEDIA.COM	141 M	39.9 M	6M 36S	6.6
12	TRIBUNNEWS.COM	138 M	36.8 M	5M 18S	2.9
13	PPGAMES.NET	128 M	3.68 M	6M 38S	5.7
14	PIKIRAN-RAKYAT.COM	127 M	56.7 M	7M 32S	9.8
15	XNXX.COM	85.3 M	10.1 M	5M 20S	12.9
16	BRAINLY.CO.ID	83.1 M	21.3 M	7M 15S	5.4
17	GRID.ID	79.7 M	28.6 M	3M 44S	2.7
18	WIKIPEDIA.ORG	77.0 M	26.5 M	4M 17S	3.2
19	SUARA.COM	71.9 M	28.3 M	3M 11S	1.8
10	YANDEX.COM	66.1 M	10.1 M	1M 21S	2.7

we are social **Meltwater**

Gambar 1. 2 Data platfrom dengan pengunjung terbanyak di Indonesia

<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/>

Sumber diakses pada tanggal 10 Oktober 2023

Berdasarkan dari gambar 1.2 penilaian dari Similarweb, Youtube menduduki peringkat kedua dalam kategori media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah Google. YouTube sebagai salah satu media sosial ialah sebuah blog video sharing (berbagi

video) yang populer dimana para pengguna sanggup memuat, menyaksikan, serta memberi klip video secara gratis (Kola, 2018).

Youtube sebagai media komunikasi menyediakan beragam informasi dan berita yang dibutuhkan oleh setiap orang sehingga sekarang ini semua orang dipermudah dalam pencarian berita karena tidak perlu lagi pergi keluar rumah untuk membeli koran. Youtube menjadi media sosial yang berfokus untuk mengelola dan berbagi konten dalam bentuk video Clavio (2021).

Perkembangan teknologi dibidang transportasi sudah sangat berkembang, Hal itu membuat masyarakat Indonesia yang memiliki daya tarik pada bidang otomotif merasa perlu untuk mencari informasi yang lebih update tentang perkembangan otomotif saat ini melalui *platform* YouTube, dikarenakan informasi yang disampaikan lebih informatif serta menarik mengingat ada tayangan yang bisa dilihat secara langsung dan jelas mengenai mobil atau motor yang sedang diulas. Selain itu Youtube memiliki konten-konten berupa video, membuat YouTube menjadi pilihan utama masyarakat untuk mencari informasi yang jelas dan menghibur. (Adiyanto et al., 2018).

Lahirnya Youtube dengan berbagai aktivitasnya memberikan kemudahan bagi Masyarakat untuk mendapatkan Informasi seputar Otomotif. Sebelum hadirnya *platform* Youtube, Informasi seputar otomotif hanya dapat diperoleh dari Komunitas otomotif atau mencari dari media

cetak seperti majalah atau tabloid otomotif. Masyarakat cenderung kurang mendapatkan informasi yang tepat dikarenakan pada majalah atau tabloid masyarakat tidak mendapatkan Informasi otomotif secara detail dan tidak dapat memilih topik lain yang ingin dibaca karena terbatasnya isi dari majalah atau tabloid otomotif tersebut. Berbeda dengan menggunakan *platform* YouTube, Masyarakat mendapatkan secara detail mengenai informasi yang dibutuhkan dalam bentuk audio visual serta bisa mencari informasi otomotif lainnya secara bersamaan dengan mudah sesuai kebutuhan. Dengan hadirnya *platform* YouTube yang dapat memberikan informasi seputar otomotif yang lebih detail, akurat, dan cepat membuat majalah atau tabloid otomotif tergantikan oleh media audio visual. Kelebihan dari media online yang tidak dimiliki media tradisional yaitu dapat membuat masyarakat mengupdate berita secara langsung, cepat, dan praktis, hal itu dapat terlihat dari hampir sebagian masyarakat saat ini lebih memilih mencari dan mengakses sebuah informasi dengan menggunakan smartphone-nya dibandingkan harus membeli koran atau surat kabar lainnya Craig (2005, p. 90).

Menurut Muriel Makarim (Product Marketing Manager, Large Advertiser Agency Google Indonesia), bahwa saat ini masyarakat Indonesia lebih gemar mengakses informasi mengenai otomotif melalui Youtube. Hal tersebut dikarenakan banyaknya *channel* Youtube yang mengulas seputar Otomotif yang ada di Indonesia dan juga *channel* tersebut mempunyai jumlah *subscriber* yang banyak. Selain alasan diatas,

yang menyebabkan masyarakat Indonesia gemar mengakses Informasi otomotif melalui Youtube adalah adanya kemudahan dalam mengakses Youtube, masyarakat tidak harus datang langsung ke *dealer* untuk mengetahui spesifikasi mobil atau motor, sehingga Masyarakat dapat memperoleh Informasi mengenai spesifikasi mobil atau motor, hanya cukup menonton berbagai konten *review* mobil atau motor yang tersedia di Youtube.

Fenomena maraknya informasi yang tersedia di media *platform* Youtube, salah satunya Informasi Otomotif menyebabkan sebagian besar masyarakat Indonesia membutuhkan suatu informasi sebagai bahan referensi. Bahan referensi yang dibutuhkan biasanya mengenai informasi sebuah kendaraan yang berkaitan dengan spesifikasi dan harga yang sesuai dengan kebutuhannya, dengan itu masyarakat Indonesia mencari sebuah informasi tersebut melalui *channel* otomotif yang terpercaya dan populer.

Salah satu *channel* Youtube populer dibidang otomotif, yaitu *channel* “Ridwan Hanif Rahmadi”. Ridwan Hanif merupakan influencer sekaligus pemilik *channel* Youtube otomotif yang berada pada posisi nomor satu di Indonesia. Menurut data dari socialblade.com *Channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi” hadir sejak 29 Juni 2008. Saat ini meraih penonton dan *subscriber* tertinggi dari akun Youtube otomotif lainnya yang ada di Indonesia, dengan jumlah 3,4 juta *subscriber*, dengan total 1,152k konten yang telah diunggah serta meraih 693,395,041 viewers (socialblade, 2023).

Ridwan Hanif menjadi seorang influencer yang banyak digemari oleh pecinta otomotif. Dalam setiap konten, Ridwan Hanif membagikan informasi mengenai otomotif seara jujur, menggunakan bahasa yang jelas, dan kemudian menjadi trending di Indonesia. *Channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi” berisi video konten seputar otomotif. Dikutip dari halaman *channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”, beberapa konten yang populer pada *channel* ini meliputi "Cara Beli Mobil Cash Tanpa Kredit", "Owning Experience Mobil", Dan "Modifikasi Otomotif". *Channel* ini berfokus pada topik seputar otomotif, khususnya cara berburu mobil bekas, event otomotif, *review* mobil dan seputar modifikasi.

Channel “Ridwan Hanif Rahmadi” sangat populer di Indonesia, menjadikan *channel* otomotif dengan jumlah pelanggan terbanyak dibandingkan dengan *channel* Youtube otomotif lainnya. Selain itu, *channel* ini menyediakan informasi otomotif yang akurat, bahasa yang digunakan saat menyampaikan informasi otomotif sangat mudah dipahami, mudah diakses berbagai kalangan untuk mencari informasi seputar otomotif serta Dikutip dari Novryan (2018), Ridwan Hanif merupakan *reviewer* (pengulas) yang sudah dapat dikatakan “*expert* (ahli)” di bidang otomotif karena sudah dipercaya oleh banyak Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) mobil yang ada di Indonesia maupun negara lain untuk mengulas produk terbaru yang dikeluarkan oleh mereka.

Dalam konten *review* otomotif, Ridwan Hanif memiliki pengetahuan dan wawasan serta sudut pandang yang lebih realistis dalam

melihat perkembangan industri otomotif. Sudut pandang yang lebih realistis ini salah satunya diwujudkan dalam bentuk pandangan sebagaimana orang umum ketika membutuhkan sebuah kendaraan. Hal ini ditampilkan oleh Ridwan Hanif ketika sedang melakukan review kendaraan.

Dengan adanya konten otomotif yang disuguhkan dalam *channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi” bisa dapat membantu masyarakat Indonesia dalam memenuhi informasi mengenai seputar dunia otomotif serta menambah wawasan kelebihan dan kekurangan dari teknologi pada suatu kendaraan masa kini,

Secara keseluruhan *channel* youtube “Ridwan Hanif Rahmadi” merupakan salah satu *channel* otomotif yang populer di Youtube. banyak pecinta otomotif atau pengguna Youtube yang menonton konten otomotif yang disajikan dalam *channel* “Ridwan Hanif Rahmadi” dengan harapan dapat memperoleh informasi otomotif yang dibutuhkan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan konten youtube ridwan hanif sebagai media informasi otomotif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini tentang, Bagaimana Pemanfaatan Konten Youtube Ridwan Hanif Sebagai Media Infomasi Otomotif

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui Pemanfaatan Konten Youtube Ridwan Hanif Sebagai Media Infomasi Otomotif.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat mengembangkan keilmuan yang terkait Pemanfaatan Konten Youtube Ridwan Hanif Sebagai Media Infomasi Otomotif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan pemecahan masalah, pembanding teori dan saran terkait Pemanfaatan Konten Youtube. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang berbeda dalam melihat fenomena penggunaan media Youtube untuk memenuhi kebutuhan dalam pencarian informasi.

E. Kajian Pustaka

Penelitian Terdahulu

Penelitian	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
Miefthaul Zanah	Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19	Youtube dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi peserta didik untuk belajar memahami materi. Penggunaan Youtube sebagai sumber informasi juga dapat mengurangi kebosanan dan rasa jenuh peserta didik dalam proses pembelajaran. Youtube dapat menjadi media alternatif yang dapat digunakan untuk membantu menyelesaikan tugas dan sekaligus dapat menjadi sarana hiburan ketika	<ul style="list-style-type: none">• Teori yang digunakan berbeda• Metode penelitian yang digunakan berbeda• Objek penelitian	<ul style="list-style-type: none">• Topik penelitian

lelah dengan berbagai tugas
sekolah,

Asfi Ma`ruf Fairuzzabad, Prof. Dr. Drs. Suranto, M.Pd., M.si	Analisis Fungsi Media Pada Konten Youtube Channel Nadia Omara	fungsi informasi pada channel Nadia Omara telah optimal dengan menyampaikan banyak informasi secara luas seperti pendidikan, sejarah dan pengalaman, edukasi, hiburan, pengaruh dalam pembuat keputusan, belum sampai dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan, namun telah berhasil menginfluence.	<ul style="list-style-type: none">• Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada Objek yang digunakan berbeda	<ul style="list-style-type: none">• Metode penelitian• Teori yang digunakan
---	---	---	--	--

Ismail Ibrahim, Samsiah	Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat Di Desa Moibaken (Studi Fungsi Dan Media Massa Di Masyarakat Desa Moibaken)	fungsi media massa berperan sebagai penunjang perubahan sosial, yakni sebagai pemberi informasi. Media massa sendiri dalam masyarakat mempunyai beberapa fungsi sosial, yaitu fungsi pengawasan sosial, fungsi interpertasi, fungsi	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada Objek yang digunakan berbeda 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Teori yang digunakan
-------------------------------	---	---	--	---

1. Kerangka Teori

A. Teori *New Media*

1) Pengertian *New Media*

New Media adalah sebuah istilah yang muncul di akhir abad ke-20 untuk menandai bergabungnya media tradisional seperti film, foto, musik, rekaman dan tulisan, dengan kekuatan komputerisasi dan teknologi komunikasi, peralatan komunikasi berbasis komputer dan yang paling penting internet. Media baru memungkinkan akses tanpa batas, kapan saja, dimana saja dan dengan perangkat digital apapun. *New media* sendiri sangat sukar untuk di definisikan karena makna ‘new’ yang berarti baru sangat relative, ‘new’ memerlukan permasalahan yang Beberapa ahli menggambarkan *new media* sebagai sebuah transisi dari media yang menggunakan teknologi analog ke teknologi digital. Jadi *new media* dapat dikatakan sebagai media yang berbasiskan digital.

Pendapat para ahli *new media* memiliki definisi sebagai berikut. Dikutip dari buku *New Media Teori dan Aplikasi*, (2014:4) *new media* dipahami bukan hanya sebagai media yang benarbenar baru muncul dalam media komunikasi. *New media* muncul dari inovasiinovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi dimasa sekarang.

Pengertian lain disampaikan oleh Thery Flew (2005: 10) menjelaskan new media yang ditekankan pada forms atau format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Sehingga new media dapat dibatasi sebagai ide, pemasaran, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam medium dan cara berkomunikasi yang baru (Peter Ride & Andrew Dewdney, 2004 : 4) new media juga mengalami sebuah perkembangan yaitu first media age dan second media age. Komitmen tentang second media age merupakan salah satu landasan pada pertengahan tahun 1990-an yang menandai bangkitnya budaya internet (Holmes, 2012 : 14). Kemudian ditambah pada sistem penyebarannya yaitu melalui jaringan internet.

2) Karakteristik *New Media*

Dengan definisi yang diuraikan sebelumnya oleh beberapa ahli new media menjadi sebuah inovasi yang baru dengan memiliki sebuah karakteristik yang baru. Dikutip dari buku (New Media Teori dan Aplikasi,2014; 5) new media mempunyai karakteristik yaitu sebagai berikut:

1. Pengalaman tekstual baru: jenis genre baru dan bentuk tekstual, hiburan, kesenangan dan pola konsumsi

media (permainan komputer, simulasi, film efek khusus).

2. Cara-cara baru untuk mewakili dunia: media yang, dengan cara-cara yang tidak selalu jelas didefinisikan, offer, offer baru kemungkinan dan pengalaman representasional (lingkungan virtual immersive, multimedia interaktif berbasis layar).
3. Hubungan baru antara subjek (pengguna dan konsumen) dan teknologi media: perubahan dalam penggunaan dan penerimaan gambar dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan makna yang diinvestasikan teknologi media.
4. Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas dan komunitas: pergeseran dalam pengalaman pribadi dan sosial dari waktu, ruang, dan tempat (pada skala lokal dan global) yang berimplikasi pada cara-cara di mana kita mengalami diri kita dan tempat di Dunia.
5. Konsepsi baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi: tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan buatan, alam dan badan teknologi dan (media sebagai) prothese teknologi, yang nyata dan virtual.

6. Pola baru organisasi dan produksi: penataan kembali yang lebih luas dan integrasi dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol dan regulasi.

Karakteristik new media yang lainya diungkapkan oleh Lev Manovich dalam buku *New Media Teori dan Aplikasi*, (2014 : 6) karakteristik new media sebagai berikut :

1. Numerical Representation : objek dari new media dapat didiskripsikan secara matematis.
2. Modularity : berbagai format yang ada dalam internet seperti dokumen HTML.
3. Automation : berbagai program otomatisasi yang terintegrasi ke dalam internet.
4. Variability : dapat berubah, seperti halnya format data.
5. Transcoding : komputerisasi media

B. Youtube Sebagai Media Sosial

1) Pengertian Media Sosial Youtube

Menurut *mandibergh* dalam jurnal *Azza*, (2022), media sosial merupakan media yang memberi wadah pengguna untuk bekerja sama dalam menghasilkan konten (*user generated content*). Kemudian menurut *Kusuma Putra & Yasa*, (2019) media sosial juga didefinisikan sebagai sebuah saluran atau

sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jaringan internet.

Suatu media komunikasi berbasis internet memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri dengan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan menciptakan koneksi sosial virtual. Begitu banyak orang yang gandrung terhadap situs jejaring sosial di seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia, adapun media sosial dengan minat masyarakat yang banyak yaitu, salah satunya *Youtube*. Dikutip berdasarkan data *Business of Apps*, jumlah pengguna aktif Youtube di dunia telah mencapai 2,68 miliar pada kuartal I-2023, Indonesia menjadi pemegang ke-3 pengguna youtube yang aktif, mencapai angka 139 juta pengguna. Dalam Istiani & Islamy, (2020) Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Meski demikian harus diakui bahwa pada dasarnya orang Indonesia harus senang berkomunikasi dengan pihak lain. Hal itu sesuai dengan ciri khas bangsa Indonesia sebagai bangsa yang ramah sehingga wajar saja terdapat banyak pengguna *youtube* di Indonesia.

YouTube merupakan website online yang menyediakan berbagai informasi dan juga menjadi tempat bagi orang-orang

untuk berbagi video secara online kepada orang lain, situs web dengan isi berbagai video yang dibuat oleh 2 mantan karyawan paypal pada february 2005 (Reynata, 2022). YouTube merupakan media sosial yang dapat digunakan secara gratis, maksudnya adalah, para pengguna dapat mengunggah video tanpa harus membayar, namun tetap membutuhkan internet atau paket data untuk dapat menikmati video-video yang ada di dalam YouTube. Para pengguna YouTube pun dapat memberikan komentar di kolom komentar yang tersedia di setiap video yang di posting pengguna lain. Selain dapat berkomentar, pengguna juga dapat memberikan like pada video pengguna lain apabila pengguna menyukai video tersebut.

2) Fungsi Media Sosial Youtube

Adapun fungsi media sosial menurut Doni, (2017) yaitu;

1. Social media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Social media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“many to many”).

3. Social media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

3) Karakteristik Media Sosial Youtube

YouTube mempunyai lima karakteristik diantaranya:

1. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan YouTube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
2. Sistem pengamanan yang akurat, dimana YouTube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung SARA, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Menurut Theoldman YouTube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya dan mendapatkan minimal 1000 viewers penonton maka akan diberikan honorarium.
4. Sistem offline; YouTube memiliki fitur baru bagi para pengguna untuk menonton video secara sistem offline. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton

video pada saat offline tapi sebelumnya video tersebut harus di download terlebih dahulu.

5. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memilah warna, atau menambahkan efek perpindahan video.

4) Kelebihan Media Sosial Youtube

Media Sosial Youtube memiliki beberapa kelebihan antara lainnya:

1. Informatif, youtube dapat digunakan sebagai sumber informasi baik hiburan, berita-berita, kebudayaan, pendidikan, otomotif dan sebagainya.
2. Praktis, mudah digunakan oleh semua usia dari anak-anak sampai orang dewasa. Youtube dilengkapi dengan menu Search sehingga lebih mudah menemukan video yang diinginkan,
3. Potensial, artinya situs yang paling terkenal di internet dikarenakan youtube bisa digunakan untuk menonton video dan mengupload video yang dibuat oleh pengguna.
4. Shareable, youtube memiliki fasilitas HTML sehingga dapat dishare ke sosial media yang lain.

5. *Education*, youtube menyediakan berbagai macam video yang bermanfaat, misalnya video pendidikan yang dapat digunakan untuk pembelajaran.

5) Kekurangan Media Sosial Youtube

Selain memiliki kelebihan, Media Youtube memiliki kekurangan antara lainnya:

1. Youtube memerlukan koneksi jaringan yang baik, apabila koneksi jaringan tidak lancar video akan mengalami kendala ketika ditonton.
2. Durasi waktu penayangan video tidak sama dengan jam pembelajaran dikelas, terdapat video yang memiliki durasi pendek dan durasi panjang.
3. Banyak berita-berita hoax, dikarenakan banyak pihak tidak bertanggung jawab serta menyebarkan berita tidak benar.
4. Kualitas dan konten video tidak semuanya memiliki kualitas yang baik, kualitas dan konten video tergantung oleh youtuber atau pembuat video.
5. Youtube terlalu bebas upload sehingga terdapat banyak konten video berbau pornografi tidak pantas dilihat anak dibawah umur.

C. Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Sosial

Pemanfaat Youtube yang lebih nyata dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna seperti yang tertera dibawah ini (Fatty Faiqah, 2016).

1. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis, Banyak pengguna yang mengakses Youtube untuk mengetahui cara-cara melakukan beberapa hal tertentu, seperti review mobil, modifikasi otomotif, cara menggunakan aplikasi dalam komputer atau telepon pintar,, mendaur ulang sampah, cara praktis melakukan berbagai hal yang awalnya rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai skill dan lain sebagainya.
2. Mengakses Video Streaming Mengakses video streaming, baik live maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan Youtube. Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional bisa diakses melalui Youtube, baik siaran tersebut tengah atau telah disiarkan.
3. Mengakses Video Informatif, Jika kita memerhatikan acara dan siaran TV belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan Courtesy: Youtube di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan Youtube sebagai referensi dalam menyusun konten acaranya. Ini sekaligus juga menandakan bahwa ada banyak sekali informasi yang bisa

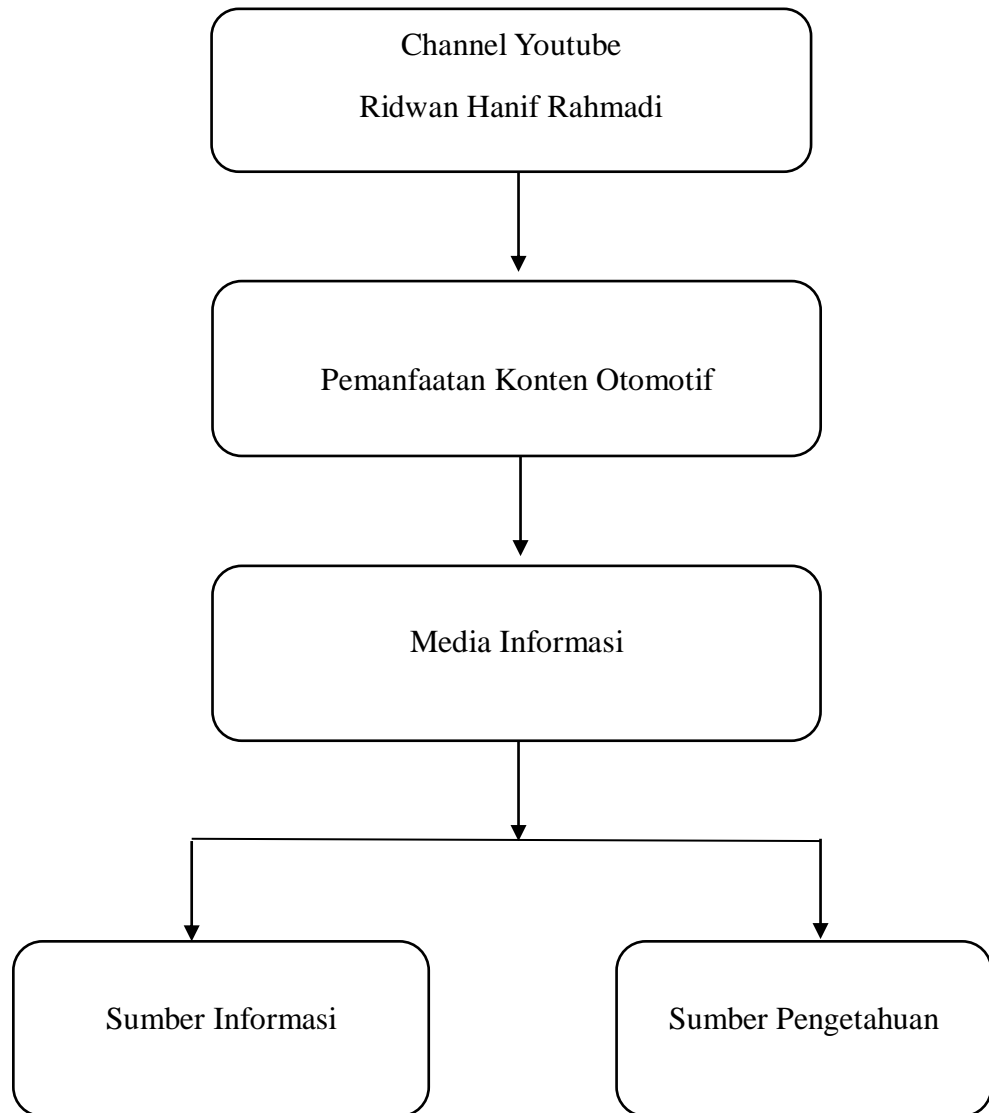
didapatkan hanya dengan mengakses Youtube, mulai dari video tentang berita terkini, berita lawas atau sejarah, video dokumenter mulai dari yang profesional hingga amatir, video tematik hingga video ensiklopedik dan lain sebagainya.

4. Mendukung Industri Hiburan, Youtube membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video clip dari penyanyi atau band kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video tersebut merupakan video bergenre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran Youtube di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan. Itulah mengapa, para insan industri hiburan juga memanfaatkan keadaan yang demikian dengan mengiklanlan siarannya di Youtube
5. Menguatkan Branding Lembaga / Insititusi, Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, Youtube juga digunakan sebagai media branding lembaga atau organisasi. Ini utamanya terkait dengan penguatan profil lembaga serta ekspansi untuk mendapatkan

peluang kerjasama atau suntikan dana dari lembaga penyanggah dana. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-lembaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih utuh mengenai suatu organisasi tertentu.

6. Mengenalkan dan Memasarkan Produk Sebagian besar pengguna Youtube juga menggunakan media sosial ini untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola. Memasarkan sebuah produk di dunia daring tak ubahnya membuka gerai baru yang dapat melayangi pelanggan dan konsumen dalam jumlah yang lebih besar. Ini utamanya cocok untuk para pebisnis online yang memasarkan dan mengenalkan produknya bermodal gadget dan sambungan internet. Hal ini juga semakin membuktikan bahwa manfaat jaringan komputer sangatlah dibutuhkan untuk mengkoneksikan banyak orang dalam satu lingkup, yaitu internet.

F. Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah pendekatan yang menggunakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami tentang individu atau kelompok yang biasanya berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010). Penelitian menggunakan latar alamiah untuk memahami fenomena yang terjadi dengan cara melibatkan berbagai metode. Jenis penelitian ini mendalami fenomena dengan mengumpulkan data dan tidak membutuhkan banyak populasi dan sampel (Wijaya & Aladdin, 2015).

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif analitik. Data – data yang diperoleh seperti hasil wawancara, hasil pengamatan, hasil pemotretan, catatan lapangan, analisis dokumen, disusun oleh peneliti di tempat kejadian atau lokasi penelitian, tidak diubah dalam bentuk angka-angka. Setelahnya, peneliti segera menganalisis data dengan memperoleh informasi, menghubungkan, membandingkan, serta mendapatkan pola yang berdasarkan data asli (tidak diubah dalam bentuk angka). Nantinya, hasil analisis data tersebut akan berupa penjelasan atau pemaparan mengenai situasi dan kondisi objek yang diteliti dalam bentuk uraian naratif (Gunawan, 2017: 87).

2. Lokasi / Objek Penelitian

Dalam melakukan proses penelitian dilakukan di kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan, Objek dalam penelitian ini berfokus pada konten otomotif channel youtube Ridwan Hanif dan wawancara melalui video call kepada subscriber atau khalayak yang pernah menonton channel youtube Ridwan Hanif.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dalam waktu 1 bulan sesudah seminar proposal. Penelitian ini membutuhkan waktu selama 4 bulan, Ini hanya gambaran waktu proses penelitian, jika data yang didapat telah mencukupi, maka peneliti akan menghentikan penelitian.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam rangkaian penelitian. Pengumpulan data akan berpengaruh juga dalam langkah-langkah selanjutnya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Menurut Berger (1988) (dalam Ida, 2014: 163), wawancara digunakan pada saat kita ingin mencari tahu atau melakukan investigasi yang lebih dalam mengenai isu atau tema tertentu yang ada pada konten media. Peneliti menggunakan wawancara mendalam karena salah satu metode untuk

mengumpulkan data dalam analisis yaitu dengan cara melakukan wawancara (Ida, 2014: 162).

Melalui wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara in-depth-interview dianggap bisa menjadi salah satu cara pengumpulan data pada penelitian studi resepsi. Hasil yang diperoleh dalam pengumpulan data in-depth interview memiliki tujuan sebagai cara pendekatan untuk memperoleh reaksi penerimaan berupa pemahaman dan interpretasi terhadap teks media.

Dalam penelitian ini, Peneliti akan mewawarai terdiri dari lima orang yang telah subscriber *channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahmadi”. Minimal enam bulan telah berlangganan atau menonton konten otomotif youtube Ridwan Hanif Rahmadi. Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan yang mengetahui informasi terkait penelitian yang sedang dilakukan. Berikut daftar informan dalam penelitian ini:

No	Nama	Usia	Asal Daerah	Pekerjaan
1	Febri Firmansyah	23	Bangkinang	Mahasiswa
2	Farelian Adzani	24	Pekanbaru	Mahasiswa

3	Ferdy Arde Wiratama	27	Solok	Pedagang Mobil Bekas
4	Mozami Hasby	23	Pekanbaru	Mahasiswa
5	Brayen	24	Bukittinggi	Mahasiswa

b. Observasi

Teknik observasi adalah proses pengumpulan data yang merupakan informasi dari tangan pertama dengan mengamati individu atau tempat pada lokasi penelitian(Syahrul et al., 2017).

Pada tahap observasi sebagai cara dalam pengumpulan data, peneliti akan melakukannya melalui wawancara melalui video call (panggilan video). Setelah peneliti mengamati dan menganalisis melalui proses wawancara melalui video call, peneliti akan mendapatkan informasi, informasi tersebut nantinya dapat digunakan untuk memberikan sebuah kesimpulan.

Pada penelitian kali ini yang akan diobservasi adalah aktivitas pencarian informasi otomotif oleh pelanggan Youtube *channel* Youtube “Ridwan Hanif Rahamdi”. Peneliti harus mengetahui terkait situasi dan kondisi yang sebenarnya, sehingga kegiatan observasi ini dibutuhkan dalam proses pengumpulan data. Observasi memiliki keunggulan yaitu peneliti akan mendapatkan data yang valid yang diperoleh dari wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini digunakan untuk membantu peneliti dalam memahami dan menjelaskan fenomena yang sudah dibahas. Dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen resmi tertulis, gambar, foto atau benda-benda yang berkaitan dengan aspek-aspek yang ingin diteliti. Selain wawancara, metode dokumentasi ini sangat membantu penulis untuk menunjang dan memperkuat penelitian penulis untuk menunjang dan memperkuat penelitian penulis.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan data yang berhasil dikumpulkan oleh periset melalui perangkat metodologi tertentu. Dalam tahap ini peneliti membaca data melalui proses pengkodean data sehingga data dapat diolah dan mempunyai makna (Kriyantono, 2006, p. 165) Pada analisis data penelitian kualitatif proses ini melibatkan pencarian data, menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori. Kemudian melakukan penjabaran pada unit-unit tertentu, melakukan prosedur sintesis sampai dengan memilah milih data yang penting untuk dipelajari, beserta membuat kesimpulan (Sugiyono, 2008, p. 335).

6. Teknik Validasi Data (Uji Validitas)

Untuk mendapatkan data yang akurat, maka dari itu peneliti melakukan pemeriksaan keabsahan data dengan Teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, di luar itu untuk keperluan pengecekan atau suatu perbandingan terhadap data itu (Arikunto, 2019).

Trianggulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu dari luar pokok, agar keperluan pengecekan reabilitas data melalui pemeriksaan silang, yaitu menggunakan perbandingan berbagai data yang diperoleh dari berbagai informan. Trianggulasi merupakan teori pengecekan keabsahan data melalui perbandingan dua atau lebih teori yang berbicara tentang hal sama, dimaksudkan untuk mendapatkan penjelasan banding tentang suatu hal yang diteliti.