

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Media Sosial semakin berkembang saat ini platform sangat beragam diantaranya YouTube, Twitter, Facebook, Instagram. Kehadiran Media social dapat memberikan tempat untuk yang memanfaatkan media tersebut dalam mengapresiasi ide, maupaun kegiatan keseharian.

Kehadiran media sosial dengan sangat beragam salah satunya YouTube adalah media yang menampilkan Video. Kehadirannya mulai dikenal sejak 5 tahun yang lalu. Kurang lebih tiga puluh persen yang memanfaatkan internet rata-rata ikut pula menggunakan dan memanfaatkan chanel Youtube, Hasil laporan statistic yang dipublish oleh media YouTube kurang lebih satu milyar masyarakat memanfaatkan media Youtube.

Kemudahan membuat keanggotaan YouTube serta memberikan manfaat penghasilan ekonomi, jika pemilik account YouTube bisa mendapatkan pengikut yang banyak, akan memberikan manfaat serta membuka lapangan pekerjaan untuk orang yang memanfaatkan Internet. Sehingga bertambah jumlahnya orang-orang mendaftarkan diri untuk memiliki akun Youtube.

Tayangan Video yang terdapat di chanel Youtube dapat ditonton berulang-kali bahkan jutaan kali penayangan serta dapat ditonton tanpa memiliki Batasan waktu selama 24 jam membuat chanel ini dapat menjangkau semua segmen atau lapisan penonton dari semua kalangan sesuai kebutuhan masing-masing. Konten yang terdapat di chanel Youtube sangat beraneka ragam, mulai video berita, hiburan

musik, filem, game, vlog, podcas, informasi olah raga, gaya hidup, lingkungan dan lain-lain semua bisa diakses dan ditontin dengan mudah dengan menggunakan fasilitas internet.

Kehadiran media Youtube merupakan media berbasis video awalnya didirikan oleh 3 (Tiga) pria terdiri dari C. Hurley, S. Chen, J. Karim memulai chanelnya pada tanggal 15 februari 2005. Tiga( 3) tokoh Youtube ini awalnya memulai karir sebagai karyawan di PayPal, namun kemudian mulai membuat dan mendalami Youtube sehingga chanel tersebut makin disukai oleh berbagai kalangan usia anak-anak sampai usia dewasa dapat mengakses video Youtube sesuai minat masing-masing.

Kaitannya dengan Ilmu komunikasi dengan adanya kehadiran youtube dengan berbagai konten yang ditampilkan termasuk konten Video Otomotif merupakan perkembangan dari media, dalam ilmu komunikasi disebut dengan Media Baru, Perkembangan teknologi Komunikasi massa digital melahirkan Media baru, dimana interaksi yang terjadi yang dilakukan orang sebagai pengguna internet dapat dilakukan tidak harus bertatap muka secara langsung akan tetapi cukup melalui media Internet. Pada masa serba digital saat ini bermacam-macam penggunaan media yang bisa digunakan dalam penyampaian informasi selain televisi, radio, yang semakin berkembang adalah media online, masyarakat sangat membutuhkan informasi yang serba cepat dan memerlukan kemudahan mendapatkan akses akan informasi, tidak dapat dipungkiri banyak masyarakat mulai dari yang berada di perkotaan sampai dengan pedesaan telah memiliki perangkat teknologi berupa smartphone dalam upaya memperoleh akses informasi,

dengan kondisi inilah maka komunikator telah terbantu dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Semakin berkembangnya internet menjadikan ilmu komunikasi ikut berkembang yang tidak hanya bertumpu pada media konvensional seperti media cetak, yang semakin lama ditinggalkan para pembacanya, Informasi yang cepat menggunakan internet mulai banyak diminati oleh masyarakat sehingga melahirkan Jurnalistik dengan berbasis online.berbagai macam jenis media yang berbasis online tidak hanya berbentuk tulisan, bahkan informasi dengan menggunakan platform video banyak tersebar di internet, media yang paling banyak digunakan dengan menggunakan platform Youtube.

Perkembangan Youtube tumbuh terus dan adanya kemudahan akses memberikan pengaruh pada kehidupan masyarakat, tidak sedikit menimbulkan pandangan yang berbeda antara kelompok masyarakat, ada yang setuju maupun tidak setuju, namun pertumbuhannya tidak bisa dibendung terutama bagaimana menggunakan Youtube secara bijak menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Dampak yang timbul baik positif maupun negatif memang tidak bisa dihindari, Youtube merupakan bagian lahirnya pengetahuan baru bidang media dan bisa dimanfaatkan bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Youtube adalah pionir aktivitas kreatif yang bersifat kolektif sekaligus sebagai bagian dari media mainstream menggunakan jaringan Internet. Youtube menjadi sarana bagi mereka yang berkecimpung di Vlog dapat melakukan ulasan pada video dari hasil reportasenya.

Blog yang didalamnya berisi mengenai Video, Lebih jelasnya lagi, Vlog merupakan satu video berisi mengenai opini, cerita atau kegiatan sehari-hari kemudian dibuat tertulis pada blog, Keberadaan Youtube bagi pembuatan Vlog semakin diminati.

Media Youtube menjadi wadah bagi masyarakat menuangkan ide, pikiran serta mewujudkan ekspresi, bahkan pendapat dalam berbagai tema yang dapat ditonton oleh masyarakat berbagai kalangan. Tema yang dibuat oleh pengguna Youtube mulai dari pemula, bahkan yang telah Profesional menuangkan ide, serta pikiran memiliki blog yang berbentuk reviewer film, music, atau produk tertentu, dan para penontonnya dapat mengomentari sebagai respon apa yang dibuat oleh para reviewer tersebut.

semacam facebook, twitter, Youtube, dll telah berkembang dengan berbagai fiturnya. Semakin dikenalnya dan semakin bertambah luas dapat diterima di kalangan masyarakat dari media Faceboo, Flikckr, Youtube. Masyarakat Pengguna media sosial tersebut menyukai karena sangat mudah serta dapat dimengerti oleh semua kalangan pemakiannya, yang membuat menarik adalah media ini dapat pula menampilkan gambar dan video, sehingga semakin mempermudah pemakai untuk berekspresi dan beropini melalui berbagai jenis media utuk membuat konten yang menarik dan populer. Youtube sebagai wadah untuk mereka yang memanfaatkannya banyak digunakan menyebarkan video yang dibuatnya, dan tentunya akan mendapatkan keuntungan secara ekonomi, karena jika yang melihat video meningkat akan membuat minat iklan untuk dipasang di saluran Youtube tersebut.

Berbagai macam konten yang bisa ditampilkan di saluran Youtube, masyarakat bebas untuk menontonnya sehingga memberikan tanggapan baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Masyarakat dapat menonton mulai dari konten video music dari para penyanyi terkenal nasional sampai dengan penyanyi internasional dapat dinikmati para pengguna Youtube tanpa dipungut bayaran, selain itu masyarakat dapat pula menonton konten Video baik yang bersifat tutorial, maupun video-video dimana orang bebas menunjukkan jati diri, bahkan yang lucu sekalipun. Para penonton diberi kebebasan untuk memilih apa yang disukainya.

Kemudahan membuat akun di Youtube seringkali memang disalah gunakan oleh mereka yang tidak bertanggung jawab untuk menyajikan video untuk orang dewasa, maupun video kekerasan yang tampilannya kurang pantas ditonton bagi kalangan anak-anak, bahkan ada juga video yang menyajikan kebencian kepada seseorang atau kelompok orang, sehingga menimbulkan keresahan dikalangan masyarakat. Penonton Youtube bebas dari semua kalangan dan tidak dibatasi usia, mulai dari kalangan anak-anak sampai dengan dewasa, mungkin saja terjadi usia anak-anak yang sebenarnya belum layak untuk menonton konten video orang yang dewasa, bahkan pornografi dan konten yang bersifat kekerasan. Kemudahan menggunakan dalam menonton dan tidak dibatasi usia inilah yang seringkali dianggap sebagai hal yang negatif.

Akibat yang ditimbulkan oleh media masa sangat bervariasi termasuk media YouTube memiliki banyak akibat yang ditimbulkannya yaitu kesatu Akibat Ekonomi, jika bertambahnya yang memanfaatkan YouTube maka akan menimbulkan tumbuhnya warung internet (warnet) yang beroperasi. Kalangan

yang memanfaatkan sangat bermacam-macam latar belakangnya mulai dari penyanyi yang belum terkenal sampai dengan artis terkenal, yang berprofesi sebagai perancang, pelajar, mahasiswa, para pengajar, politikus, memiliki minat untuk bisa memanfaatkan platform YouTube untuk dimanfaatkan dalam aktivitasnya, hal yang tidak kalah pentingnya platform ini bisa untuk membuat wirausaha yang dapat mendatangkan keuntungan.

Lahirnya Youtube dengan berbagai aktivitasnya memberikan kemudahan diantaranya bagi mereka yang tertarik pada bidang kendaraan bermotor untuk mendapatkan informasi tentang otomotif. Sebelum ada Youtube dulu jika membutuhkan informasi mengenai otomotif informasi diperoleh lebih banyak dari mereka yang tergabung dalam komunitas kendaraan bermotor atau mencari dari media cetak yang memberitakan kendaraan bermotor. Sekarang ini lebih dimudahkan dengan adanya Komunitas kendaraan bermotor yang aktif di Youtube yang telah memiliki pengalaman, selain itu memiliki perbedaan khusus dari masing-masing, sehingga dalam melihat isi Video kendaraan bermotor yang dibuat oleh mereka yang aktif di Youtube akan lebih nyaman, dan pecinta kendaraan bermotor dapat melihat tayangan untuk dapat memiliki pilihan sesuai kebutuhan masing-masing.

Secara Ekonomis dengan memanfaatkan kanal Youtube otomotif bagi para pecinta kendaraan bermotor, atau orang yang memiliki kebutuhan membeli kendaraan bermotor bekas pakai memiliki nilai ekonomis sangat tinggi, dari segi biaya, orang yang akan membeli mobil bekas pakai pada saat proses pencarian tidak perlu repot mendatangi secara langsung showroom atau mencari orang yang akan menjual mobil, dengan keberadaan Youtube tersedia kanal-kanal konten Video

otomotif yang dapat diakses secara gratis artinya tidak perlu mengeluarkan sejumlah uang untuk dapat mengakses kanal-kanal tersebut, dengan mengakses kanal Video Youtube otomotif para pencari kendaraan bermotor dapat memperoleh Informasi, bahkan dapat membandingkan Video satu dengan yang lainnya sehingga informasi dapat diperoleh secara lengkap, dengan demikian disisi waktu sangat ekonomis dan sangat efisien, tanpa mengeluarkan biaya sangat besar.

Para pengguna Youtube menyajikan video dengan tema Kendaraan bermotor jumlahnya banyak, penulis mencoba menyajikan beberapa sebagai bahan pembandingan dalam mengkaji media Youtube otomotif “Bang Kobo”. Para reviewer yang banyak tampil di Youtube yang bergerak dibidang Otomotif dapat diuraikan dibawah ini, hasil Rangkuman penulis terdapat beberapa reviewer memiliki ciri khusus dan pembawaan lain dengan yang lain. Adapun Youtuber tersebut diantaranya adalah:

a. Ridwan Hanif Rahmadi (AutonetMagz)

Ridwan Hanif seringkali dijuluki Sultan karena seringnya mereview mobil-mobil mahal, serta seringnya membeli beberapa mobil baru dengan pembayaran sistem Tunai tanpa Kredit. **Founder web *autonetmagz.com*** ini juga menjadi salah satu *reviewer* otomotif yang menarik untuk diikuti di *YouTube* karena penyajian konten video dan mobil mewah yang di-*review* sangat menarik dan bisa mengundang rasa penasaran untuk terus menonton.

1) Mas Wahid

Mas Wahid merupakan tinggal di Kota Semarang menjadi perbincangan para Youtuber yang bergerak dibidang otomotif, kehadirannya di dunia YouTube cepat sekali dikenal. Diawali kehadirannya di dunia YouTube hanya

menggugah Video miliknya yang mengandung macam-macam Tutorial. Setelah mulai menyadari bahwa yang menonton Video yang diunggah di Youtube ternyata banyak yang menyukai konten otomotif.

Kesederhanaan yang dimiliki dari jiwa Mas wahid serta sopan dari segi pembawaannya , serta apa adanya, bahkan dalam tutur katanya mencampurkan antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa dimana dia berasal. Penyampaian kata-kata di video banyak menggunakan kata dari Bahasa dimana dia berasal yaitu bahasa jawa, akan tetapi dengan tutur Bahasa daerah tersebut dianggap oleh para penonton menjadi daya Tarik tersendiri

Beberapa ulasan video yang di tayangkan di Youtube seperti “berburu mobil Impian” banyak menjadi perhatian dari para penontonya dan menjadi favorit.sehingga banyak yang memberikan Subscribe. Selain itu Mas wahid memiliki Usaha dalam bentuk membantu masyarakat dalam memperoleh mobil bekas. Pengetahuan yang dibagikan kepada para penontonya selain review mengenai mobil bekas, dibagikan juga pengetahuannya melalui video mengenai cara mengemudikan mobil secara benar, serta banyak pula video yang lainnya dengan tema cara memilih mobil yang sudah bukan baru lagi, sehingga daya Tarik hal tersebut banyak para penonton memiliki minat untuk melihat videonya di chanel Youtube milik mas Wahid.

## 2) Fitra Eri (Oto Driver)

YouTuber Fitra Eri pada dasarnya seorang pembalap mobil, namun yang bersangkutan memiliki pekerjaan sebagai wartawan dibidang otomotif, Dewasa ini beliau banyak berkecimpung untuk membuat Video untuk ditayangkan di



YouTube. Penampilannya memiliki perhatian tersendiri, bicara apa adanya, tidak kalah pentingnya pengetahuan mengenai otomotif sangat luas, sehingga banyak pengikutnya di saluran Youtubanya

Pengalaman yang didapat dari perjalanan Panjang menggeluti otomotif banyak di share kepada para penonton saluran Youtube miliknya kepada para penonton.

Adapun saluran Youtubanya bernama Oto Driver serta menjadi salah satu *channel* yang bekerjasama dengannya untuk menampilkan *review* mobil terbaru.

### 3) Om Mobi (Motomobi)

Penampilan Om Mobi menggunakan topeng dan kacamata yang khas, Om Mobi ini menjadi *Youtuber* otomotif yang dinanti video-video terbarunya. Penampilannya bicara apa adanya senang senda-gurau namun bisa juga berdiskusi Bersama teman-temannya di *channel* Motomobi.

Om Mobi menggemari kendaraan yang memiliki mesin *turbo* dan beliau sangat gemar melakukan perubahan pada kendaraannya dengan merubah mesinnya menjadi berkecepatan tinggi contohnya adalah dilakukan pada mobil Xenia telah dilakukan perubahan pada mesinnya dengan mesin V8. Kerjasamanya dengan *Youtuber* lain seperti Arief Muhammad dan Agung Hapsah juga memiliki daya tarik men-*subscribe channel* YouTube-nya.

### 4) Om B (B Channel)

*Om B YouTuber* yang berkarakter dengan *YouTube B Channel*. Ciri khasnya memang wajahnya maupun badannya tidak ditampilkan dalam setiap tayangan Gambarnya. Tampilan tayangan Videonya *in depth tour* mulai dari kendaraan yang tahunnya sudah sangat lama sampai yang terkini. Pembuatan

Videonya memakai telepon genggam, akan tetapi outputnya bagus untuk ditonton.

Hasil Video yang dibuatnya selalu tidak berubah serta terperinci setiap sudut kendaraan untuk dilakukan ulasan. Penampilannya memberikan uraian sangat jelas dan mudah dipahami, dengan melihat videonya mereka yang memiliki niat untuk membeli kendaraan baik kendaraan lama maupun baru, bahkan mereka yang senang mengamati baik sudut dalam maupun sudut luar mobil, mesin kendaraan serta fitur kendaraan secara terperinci dapat melihat videonya sebagai bahan pengetahuan.








5) Kanal Youtube “Bang Kobo”

Penampilan Bang kobo ketika memberikan review otomotif disampaikan dengan tutur kata yang singkat dan lugas. Review kendaraan diunggah melalui Video mengenai kendaraan yang bekas pakai berada di tempat pelelangan, disampaikan kondisi mobil apa adanya, sehingga penonton Video lebih mudah memahami kondisi mobil ditempat pelelangan. Ikonnya adalah “Bang Kobo” melekat dalam pikiran oleh para penonton. Saluran Youtube “Bang Kobo” dengan gambar ikon seperti dibawah ini:



Tabel 1.1.

Jumlah Subscribe Dan Viewer dari Youtube Otomotif berdasarkan Social Blade

No	Logo	Nama Kanal Youtube	Uploads	Subscribers	Video Views	Channel Type	Total Grade menurut Social Blade	User Created
1		<b>Fitra Eri</b>	<b>457</b>	<b>2.43 Juta</b>	<b>478.364.166</b>	Autos	<b>B+</b>	20 Okt 2011
2		<b>Motomobi</b>	<b>497</b>	<b>1.33 juta</b>	<b>224.503.175</b>	Autos	<b>B</b>	<b>19 Sept 2014</b>
3		<b>AutonetMagz</b> (Ridwan Hanif)	681	1,24 juta	<b>337.470.179</b>	Autos	B	25 Feb 2013
4		<b>Mas Wahid</b>	<b>816</b>	<b>1,17 juta</b>	<b>216.159.387</b>	Autos	<b>B</b>	<b>17 Nov 2012</b>
5		<b>B Channel</b>	2.080	589 ribu	<b>270.308.807</b>	Autos	B	06 Nov 2016
6		<b>Carmudi Indonesia</b>	568	572 ribu	158.392.380	Autos	B	14 Jul 2014
7		<b>Bang Koboi</b>	1.282	469 ribu	<b>50.587.293</b>	Autos	B	6 Feb 2019

Sumber: <https://socialblade.com/youtube/channel/>

Dari Tabel 1.1. diatas menunjukkan channel Youtube otomotif “Bang Koboi” berada di urutan paling bawah memiliki pengikut hanya 469 ribu jika dilihat dengan kanal Youtube kendaraan lainnya.

**Alasan Penulis memilih saluran Youtube Otomotif “Bang Koboi”** karena walaupun subscriber berada pada urutan paling bawah, jika dilihat keberadaannya Saluran YouTube “Bang Koboi” baru lahir sekitar 3 (tiga) tahun lahir 06 februari 2019, artinya keberadaannya relatif masih baru akan tetapi memiliki subscriber 469 ribu serta Videonya yang menonton sekitar Lima Puluh Juta (50 juta). Dibandingkan dengan 6 (enam) channel Youtube Kendaraan lainnya. keberadaannya diatas 8 (delapan) tahun sehingga jumlah subscriber diatas 500 ribu sampai dengan 2 (dua) juta Subscriber. Atas dasar tersebut pandangan Penulis

memberikan daya Tarik untuk dilakukan penelitian mengenai “Upaya Kanal Youtube Bang Koboi dalam meningkatkan subscriernya”.

Saluran Youtube “Bang Koboi” ditelusuri penulis untuk melihat masalah penelitian dengan malakukan observasi bahwa persaingan dalam Kanal Youtube otomotif sangat ketat, Masalah penelitian yang ke:

- 1) Kalah pengalaman dibandingkan Youtuber Otomotif yang lain.

jika dilihat dari tabel 1.1 diatas, subscriber terbanyak adalah Kanal Youtube Fitra Eri sebanyak 2,43 Juta Subscriber, dilihat dari profilnya Fira Eri sudah mendalami menjadi Youtuber otomotif selama 21 tahun (lahir youtuber tahun 2011), selain itu Fitra Eri diawali pekerjaannya sebagai wartawan sehingga sudah memiliki pemahaman dan pengalaman untuk memberi ulasan isi berita, serta mantan pembalap mobil yang memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai kondisi mobil.

- 2) Kalah dalam penguasaan Segmen penonton

Kanal Youtube Bang Koboi lebih banyak menampilkan review mobil bekas yang berada pada tempat pelelangan sehingga penonton relatif lebih terbatas, dibandingkan dengan Kanal Youtube Otomotif yang lain seperti dalam Tabel 1.1. diatas Ridwan Hanif banyak mereview Mobil mewah walaupun peminat Mobil mewah terbatas akan tetapi mengundang daya Tarik dan penasaran bagi penonton Video dari kalangan pecinta mobil diluar peminat mobil mewah, demikian pula dengan Kanal Youtube Fitra Eri, Kanal Youtube MotoMobi, Kanal Youtube Mas Wahid dalam menampilkan Video Reviewernya mengenai mobil baru mapun mobil

bebas dari semua kalangan, sehingga Kanal Youtube Bang Koboi kalah dalam penguasaan Segmen penontonnya.

Dari Masalah penelitian yang telah di Observasi penulis maka Kanal Youtube Bang Koboi sangat menarik untuk diteliti dari sudut pandang Strategi Komunikasinya dalam meningkatkan Subscribarnya.

#### 1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Upaya Kanal Youtube “Bang Koboi” dalam meningkatkan Subscribe.

#### 1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Upaya Kanal Youtube “Bang Koboi” dalam meningkatkan Subscribe.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

##### 1.4.1. Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam mengkaji mengenai Upaya media komunikasi yang berkaitan dengan Media Youtube.

##### 1.4.2. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Upaya Media Komunikasi dalam pemanfaatan media Youtube.

#### 1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi yang dilakukan sesuai dengan panduan fakultas, urutannya berisi lima bab. Dapat diperinci secara umum dijelaskan dibawah ini:

##### BAB 1 Pendahuluan :

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II Tinjauan Pustaka :

Bab Tinjauan Pustaka meliputi :

- a. Penelitian terdahulu yaitu memuat hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan .
- b. Kerangka teori berisikan tentang teori-teori yang digunakan pada penelitian .
- c. Kerangka pemikiran adalah salah satu cara untuk mempermudah penelitian yang isinya berupa skema atau ilustrasi yang akan diteliti di lapangan .

## BAB III Metodologi Penelitian :

Bab ini memuat metodologi yang akan dilakukan adalah pendekatan penelitian, penentuan informasi, Teknik data yang akan dikumpulkan, teknik pengolahan data dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

## BAB IV Hasil dan Pembahasan :

Bab ini memuat tentang gambaran umum dan hasil pembahasan penelitian.

## BAB V Penutup :

Bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan.