

## PROSES KOMUNIKASI SIBER DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI OTOMOTIF DI YOUTUBE CHANNEL OTODRIVER

Ahmad Muhsin<sup>1</sup>

Email : [ahmadmuhsin1996@gmail.com](mailto:ahmadmuhsin1996@gmail.com)

Rifqi Muflih<sup>2</sup>

Email : [rifqi.muflih@budiluhur.ac.id](mailto:rifqi.muflih@budiluhur.ac.id)

Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Budi Luhur

### ABSTRACT

*The research aims to know Youtube as the process of cybercommunication in the delivering automotive information on the Otodriver Youtube channel. See, the real problem with this study is how the process of cyber communication in the relay of automotive information in the Otodriver Youtube channel. The Experimental Method used in this study is a Qualitative Descriptive method. Data collection is acquired by interviews and observations of editor leaders from Otodriver Youtube channel as well as by advocates of active subscriber on the Otodriver Youtube channel. The theory used in this study is the theory of Computer Mediated Communication (CMC). A study used in this study, Cyberspace, which is called a network or a link between Otodriver and its subscribers, is social media it self, Youtube. A Cybersociety, or multimedia society, is a relationship between this Otodriver channel and its subscriber and a different subscriber to the other subscriber. Cyberculture on this study is a culture that is formed between subscriber and the Otodriver channel is a common link between subscriber and the Otodriver. In this study because researchers want to see how online Youtube channel Otodriver is used as a information medium for subscriber or subscriber that wants to research a car for subscriber to use before buying it.*

**Keywords:** *Youtube, Otodriver, Cyber Communication, Automotive Information*

---

<sup>1</sup> 08128299048 Mahasiswa Konsentrasi *Broadcast Journalism*, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

<sup>2</sup> 085884689533 Dosen Pembimbing

## PENDAHULUAN

Media massa kini tidak hanya media cetak dan media elektronik. Berjalan perkembangan teknologi yang semakin cepat. Muncul sebuah media baru yang kemudian pelan-pelan menjadi salah satu sumber informasi yang dibutuhkan masyarakat. Beragam informasi dapat dinikmati dengan menggunakan Internet yang kemudian menjelaskan dirinya sebagai *New Media*.

Internet dikategorikan ke dalam media massa, karena pesan bisa diterima oleh banyak orang. Namun ada pihak yang tidak sependapat dikarenakan karakteristik Media Internet sangat berlawanan dengan media-media massa. Informasi melalui *Media Online* hanya dapat di baca jika khalayak aktif mencari. Hal itu yang menunjukkan perbedaannya dengan media massa elektronik seperti televisi. Media internet memiliki beberapa karakteristik, yaitu sifat komunikasinya dua arah (interaktif) komunikatonya bisa lembaga atau *personal*.

Jaringan internet sebagai *new media* secara signifikan mengubah perilaku komunikasi masyarakat. Salah satunya adalah dengan memenuhi kebutuhan informasi. Peneliti disini ingin mengetahui kegunaan *YouTube* merupakan situs yang berfungsi untuk menonton kumpulan video yang diunggah dari seluruh dunia dan dapat ditonton di mana saja asalkan kita terhubung dengan internet. Sebelum kehadiran *YouTube*.

Berkembangnya media yang begitu cepat, membuat *Media Online YouTube* sebagai media yang digunakan khalayak dalam mencari informasi. Misalnya *Blog*, *Blog* sebagai salah satu untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri melalui internet.

Selayaknya musik, Blog juga terdiri dari berbagai macam genre, mulai dari *Personal Diary* hingga yang berisi mengenai analisis atau penilaian terhadap isu-isu publik. Ada yang menceritakan detail sehari-harinya, ada pula yang berusaha membangun diskusi publik mengenai komentarnya.

Bertempat di bilangan Joglo, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 12 Juni 2015, Secara resmi Bintang Langit Multimedia (BLM) resmi meluncur. Acara peluncurannya sendiri berlangsung sederhana namun sangat meriah dengan kehadiran para petinggi dari hampir semua APM (Agen Pemegang Merk) di Indonesia. Harapan mereka, group media ini dapat menjadi yang terdepan dalam menyampaikan informasi terkini serta *review* yang obyektif. Usaha yang dijejali sumber daya manusia kreatif, inovatif, totalitas dan profesional ini siap mendistribusikan keinginan atau pesan dalam segala bentuk *platfom* sesuai *trend* ataupun pesan bisnis para *stakeholder*. Belum lagi pelayanan semacam pengelolaan seminar, website deveploment, acara-acara berbasis gaya hidup, *public relation*, *media consultant*, *media planner*, *event infrastructure* dan sebagainya. Selain itu tim ini juga merupakan *founding father website* otomotif nomor satu di Indonesia, yakni<sup>3</sup> [www.otodriver.com](http://www.otodriver.com), [www.otorider.com](http://www.otorider.com), [www.carreview.id](http://www.carreview.id), [www.bus-truck.id](http://www.bus-truck.id), dan [www.carmoto.id](http://www.carmoto.id).

Secara khusus peneliti memilih *Channel OTODRIVER* sebagai Objek penelitian, karena peneliti tertarik dengan *Channel OTODRIVER* untuk menginformasikan tentang dunia Otomotif dengan gaya yang khas sebagai Jurnalis, dikarenakan yang *mereview* dalam *Channel OTODRIVER* ini adalah Fitra Eri, yang dikenal sekarang adalah *Vloger Otomotif*

---

<sup>3</sup> <https://duabelas.co.id/> diakses pada 25 November 2019

yang terkenal di Indonesia. Fitra Eri dikenal luas dari kiprah dan prestasinya di dunia Balap Mobil, baik dalam dan luar negeri. Sehari-hari, Fitra Eri aktif sebagai Jurnalis Otomotif dan kerap memberikan ulasanya (*Review*) terhadap produk-produk mobil yang diunggah di *YouTube*. Di samping aktivitasnya sebagai Jurnalis dan Pembalap, Fitra Eri juga aktif sebagai instruktur otomotif dan keselamatan berkendara.

Fitra Eri mengawali karier sebagai jurnalis di tahun 2003, Fitra Eri bekerja di sebuah majalah Otomotif di bawah naungan Kompas Gramedia. Sejak Juni 2015, dan sekarang Fitra Eri bekerja sebagai *Editor In Chief* (Pemimpin Redaksi) di OTODRIVER, salah satu media Otomotif digital Indonesia di bawah manajemen Bintang Langit Multimedia (BLM). Selain itu, Fitra Eri juga melakukan pengulasan produk-produk mobil yang di unggah di saluran *channel YouTube* OTODRIVER dan sering berkolaborasi dengan beberapa media dan pecinta Otomotif lainnya.

OTODRIVER *Channel* adalah salah satu Blogger yang menceritakan penilaian untuk roda empat (Mobil) dalam konten yang ada di dunia Otomotif, dalam sebuah unggahannya OTODRIVER ini memberikan tips bagi konsumen yang hendak ingin membeli mobil pada umumnya yang ada di Indonesia. Dalam penilaian mobil OTODRIVER selalu menjaga *Independensi*. Seluruh penilaian yang dibuat benar-benar murni profesional serta bebas dari kepentingan bisnis pabrikan mobil bersangkutan. Oleh karena itu OTODRIVER dapat lebih obyektif dalam memaparkan kelebihan dan kelemahan mobil yang diuji.

Gaya dan bahasa yang mudah dipahami dikalangan masyarakat yang masih awam dengan dunia Otomotif. Di dalam OTODRIVER ini narasumbernya yaitu pemerintah redaksi-nya langsung yaitu, Fitra Eri yang dikenal sebagai Jurnalis Otomotif, Instruktur Pembalap dan Keselamatan Berkendara. OTODRIVER ini mempunyai jumlah 770.000 *Subscriber* dan kemungkinan akan bertambah di setiap harinya. Tidak heran memang untuk pecinta Otomotif dalam mencari informasi di *Channel* ini.

Secara terminologi CMC dijelaskan sebagai komunikasi termediasi komputer. Terminologi ini dijelaskan juga oleh December (1997), bahwa CMC merupakan proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan banyak khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, di mana proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. Dalam hal komunikasi di mediasi oleh teknologi, teknologi yang dimaksud disini tidaklah seperti pengertian teknologi pada umumnya. Sebab sejak lama komunikasi yang terjadi antarmanusia itu sudah dimediasi oleh teknologi, seperti televisi, telepon, dan sebagainya. Dalam teknologi lebih spesifik dan secara teknis teknologi itu didesain, dibuat, digunakan agar memungkinkan terjadinya pertukaran data dan informasi (Thurlow, 2004:19).<sup>4</sup>

Menurut John December (1997) *Computer Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan *via* komputer dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses membentuk media sebagai tujuan.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2014) Hlm. 78-79

<sup>5</sup> Alice Tomic, Laura Lengel, Crispin Thurlow, *Computer Mediated Communication: Sosial Interaction and The*

Meski awalnya komputer tidak digunakan sebanyak dan sesering sekarang. Sekitar tahun 1990, komputer mulai menjamur di masyarakat dan munculah istilah *Computer Mediated Communication* karena orang-orang mulai mengenai *website, e-mail*, dan internet pada saat ini. Teori ini adalah segala bentuk komunikasi manusia yang didapatkan atau dibantu oleh teknologi komputer. Selain itu, komunikasi dengan media komputer (CMC) dapat di definisikan juga sebagai transaksi komunikasi yang terjadi lewat dua buah atau lebih komputer yang berhubungan.<sup>6</sup>

Hal yang dimaksud disini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui bahwa yang diperlukan partisipan (CMC) adalah menjalankan

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menentukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu. Kata deskriptif berasal dari bahasa latin "descriptivus" yang berarti uraian. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu periode tertentu. Penelitian kualitatif deskriptif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala

komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya komputer dan jaringan internet, namun dalam komputer tersebut harus ada program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Contohnya seperti: *Chatting, Instant Messaging, SMS (Short Message Service)* dan *e-mail*.<sup>7</sup>

Peneliti memahami bahwa *computer mediated communication* yaitu komunikasi yang termediasi dengan komputer dimana komputer sudah menjadi alat komunikasi para pengguna *media online* dengan *media online* juga mereka dapat menemukan komunitasnya yang bisa disebut komunitas *virtual* yaitu komunitas yang dibentuk individu-individu melalui jaringan internet. Jadi komputer sebagai alat untuk komunikasi bagi mereka yang menggunakannya

menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.<sup>8</sup>

Penelitian kualitatif deskriptif berusaha menemukan sesuatu yang berarti sebagai alternatif dalam mengatasi sebuah masalah penelitian melalui prosedur ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap sosial setting dan subyek mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan sosial setting dan subjek berbeda.<sup>9</sup>

Peneliti memahami metode deskriptif kualitatif yaitu suatu metode

---

*Internet* (London: SAGE Publication Ltd, 2004), hlm. 15

<sup>6</sup> Ibid, hlm. 15

<sup>7</sup> Ibid, hlm. 15

<sup>8</sup> Muktar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: GP Press Group, 2013), hlm. 10

<sup>9</sup> Ibid, hlm. 11

yang digunakan untuk menemukan pengetahuan dengan cara mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada di dukung dengan akurasi data yang sebenarnya agar penelitian yang di dapatkan adalah data yang valid.

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting* dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

Secara bahasa, primer berarti utama. Maka data utama dalam penelitian merupakan data yang didapat secara langsung dari suatu objek penelitian. Sesuai dengan metode yang dipilih dalam penelitian ini, maka data primer penelitian didapat dari wawancara.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

1. Wawancara/*Interview*

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada narasumber. Tanya jawab tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>10</sup> Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan untuk penelitian kualitatif ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh

keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan *Informan* atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan *Informan* terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif.<sup>11</sup>

Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam yang dilakukan secara intensif yang selanjutnya peneliti akan memilah narasumber yang akan diwawancarai hanya sekali dengan dengan narasumber yang diwawancarai, berulang kali sebagai informan kunci (*key informan*), agar mendapatkan data yang benar-benar akurat tanpa ada yang ditutupi oleh narasumber. Sehingga hasil dari wawancara tersebut bisa menjadi acuan dari penyusun hasil penelitian dan pembahasan penelitian. Maka wawancara yang menjadi salah satu dari teknik pengumpulan data yang tepat untuk penelitian ini.

2. Observasi

Observasi bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi langsung dilakukan terhadap obyek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga peneliti berada dengan obyek yang diselidikannya.

---

<sup>10</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung : 2014. Hlm 186

<sup>11</sup> Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: UNS, 2006), Hlm. 72

Menurut Kriyantono<sup>12</sup>,terdapat beberapa jenis observasi yaitu:

1. *Participan Observation*,yaitu peneliti melakukan observasi dengan cara melibatkan diri atau menjadi bagian lingkungan sosial(organisasi),tengah diamati melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data relatif lebih akurat dan lebih banyak karena peneliti dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial tertentu.
2. *Nonparticipan Observation*,yaitu peneliti melakukan pengamatan tanpa melibatkan diri atau tidak menjadi lingkungan sosial atau organisasi yang diamati.
3. *Passive Observation*,yaitu hampir sama dengan pengamatan non partisipasi,peneliti hadir dan tidak berinteraksi dengan pihak lainnya. Pengamat hanya bersikap pasif dalam mengamati dan hanya merekam data atau informasi apa yang sedang terjadi pada peristiwa tersebut tanpa diketahui pihak lain.
4. *Active Observation*,yaitu sebaliknya pengamatan yang aktif memiliki peran dalam situasi lingkungan sosial tertentu.
5. *Moderat Observation*,yaitu apabila si peneliti mempertahankan adanya keseimbangan sebagai orang dalam dan pihak luar,atau berinteraksi dengan pengamat dan partisipan.

Peneliti juga melakukan observasi langsung di tempat penelitian. Peneliti mengawali penelitian pada bulan September 2019. Dari observasi tersebut dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Nonparticipan Observation*,yaitu peneliti melakukan pengamatan tanpa melibatkan diri atau tidak menjadi lingkungan sosial atau organisasi yang diamati.

Data sekunder adalah gaya yang diperoleh dari sumber kedua. Dimana suatu data atau informasi yang sudah tersedia atau terbentuk tulisan yang berisikan informasi-informasi,bias berbentuk publikasi tertentu yang bersifat mendukung data primer untuk kelengkapan penulisan.<sup>13</sup>

Data sekunder yang digunakan peneliti ialah studi pustakaan,selain menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan pihak yang terkait penelitian yang dilakukan,peneliti juga melakukan studi pustaka agar dalam menyusun laporan penelitian penulisanya menjadi terarah dan sistematis. Dengan hasil studi pustaka,peneliti mendapat gambaran tentang latar belakang,teori-teori komunikasi,CMC,Komunikasi Massa, dan *YouTube*.

Pada teknis analisis data, peneliti menggunakan analisis data kualitatif dalam pengolahan data yang telah dikumpulkan. Analisis dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data. Selanjutnya, peneliti melakukan teknik analisis data yang bertujuan untuk mencari,memahami sekaligus merumuskan kesimpulan secara sistematis dari catatan hasil wawancara subjek penelitian.

---

<sup>12</sup> Rachmat Kriyantono,*Teknik praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta:Kencana Prenada Media,2007). Hlm.11-12

<sup>13</sup> Rachmat Kriyantono,*Teknik praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta:Kencana Prenada Media,2007). Hlm.42

Menurut Sugiyono definisi analisis data diartikan sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.<sup>14</sup>

Dari penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa untuk menjawab semua permasalahan yang ada, peneliti menganalisis data yang ada secara deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka. Dalam penyajian hasil penelitian, peneliti menggunakan deskriptif kualitatif, dengan langkah sebagai berikut:

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil *penelitian* ini, dimana peneliti memilih judul “Proses Komunikasi Siber Dalam Menyampaikan Informasi Otomotif di *Channel Youtube* Otodriver”. Dikarenakan peneliti ingin melihat bagaimana media *online Youtube* dijadikan sebagai media informasi terhadap *subscriber* atau *viewers* yang ingin mencari mobil untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum membelinya. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian ini. Adapun metode penelitian ini yaitu deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan yang disiapkan sebelum wawancara sesuai dengan rumusan masalah bagaimana Media

1. Hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti akan diuraikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh gambaran mengenai tindakan individu yang diamati.
2. Informasi yang diperoleh dari para *informan* yang dilakukan melalui wawancara mendalam akan di analisis
3. Data dari masing-masing kategori, peneliti analisis secara deskriptif kualitatif berdasarkan rumusan masalah.

Berdasarkan pernyataan di atas peneliti dapat menyimpulkan, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori nama. Yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

*Online YouTube Channel* Otodriver Dalam Menyampaikan Informasi Otomotif.

Dalam penelitian ini peneliti sudah melakukan pengamatan untuk mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan agar mendapat data yang valid. Usaha peneliti lakukan yaitu wawancara secara mendalam kepada pihak terkait, yaitu *Key Informan* Fitra Eri selaku Pemimpin Redaksi dari *Channel Youtube* Otodriver. Dan *Informan* yang lain diantaranya Wahyu Trianjaya Putra, Meisya Yaniati, dan Ridho Ilham yang dianggap memenuhi syarat sebagai *subscriber* dari *Channel Youtube* Otodriver.

### 1. *Key Informan*

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, (Kualitatif R&D)*. Alfabeta. Bandung : 2016). Hlm. 89

*Key Informan* yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah pemimpin redaksi dari *channel Youtube Otodriver* yaitu Fitra Eri Purwotomo yang sekarang masih aktif didalam *channel Otodriver* sejak tahun 2015 yang lalu. Dan alasan mengapa pria berkelahiran tahun 1974 ini menjadi jurnalis otomotif.

*“Jadi kalo jurnalis itu saya dari tahun 1999, di Kompas Gramedia waktu itu, 14 tahun saya disana terus kemudian mulai era digital, nah... begitu era digital itu dimulai saya sebelumnya itu kan dimajalah, dan begitu di era digital itu saya rasa perlu media yang benar-benar fokus di digital, di website, sama di youtube. Makanya saya resign kemudian saya bangun Otodriver ini bareng teman-teman”.* (Fitra Eri, 23 Desember 2019)

Peneliti memilih *Key Informan* pada penelitian ini yaitu Pemerintah Redaksi dari *channel Youtube Otodriver*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa beliau adalah orang yang mengetahui akan informasi yang dibutuhkan dari penelitian ini, karena pemerintah redaksi yang bertanggung jawab pada *channel Youtube* tersebut.

## **2. Informan – 1**

Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai *informan* yang pertama yaitu, Wahyu Trianjaya Putra yang lahir pada, 21 Mei 1996. Hingga saat ini juga masih mengakses *channel Youtube Otodriver*. Beliau sudah *men-subscribe channel Youtube Otodriver* kurang lebih 2 tahun kebelakang sejak berdirinya *channel Youtube Otodriver* di tahun 2015.

*“Konten yang paling saya suka konten tentang review mobil aja sih, mobil-mobil terbaru, yang*

*mempunyai fitur apa saja dan kita bisa tahu semua tuh dari channel Otodriver”.* (Wahyu, 6 Desember 2019)

Alasan peneliti wahyu menjadi *informan* dalam penelitian ini Yang saat ini masih menjadi mahasiswa, selain mahasiswa Wahyu juga membuka usaha *reparasi* mobil di rumahnya. Hingga saat ini juga masih mengakses *channel Youtube Otodriver*.

## **3. Informan – 2**

*Informan* yang kedua pada penelitian ini yaitu, Ridho Ilham yang lahir pada, 1 April 1996. Beliau juga sudah *men-subscribe channel Youtube Otodriver* kurang lebih 2 tahun ke belakang sejak berdirinya *channel Youtube Otodriver* di tahun 2015.

*“salah satu konten yang paling saya sukai yaitu mengulas tentang Kijang Innova, dimana bahan bakarnya ada yang Bensin dan Diesel, dari situ saya bisa memilih untuk kendaraan yang saya pilih”.* (Ridho, 8 Desember 1996)

Alasan peneliti Ridho menjadi *informan* peneliti melihat Ridho ini membuka usaha menjual mobil bekas yang bertempat di jalan Gg. H. Jimin, Petukangan Utara, Ridho ini mengakses *channel Youtube Otodriver* untuk kegunaan usahanya untuk mencari mobil apa yang di sukai untuk konsumen.

## **4. Informan – 3**

*Informan* yang ketiga pada penelitian ini yaitu, Meisya Yaniati yang lahir pada, 17 Mei 2000. Beliau juga sudah *men-subscribe channel Youtube Otodriver* kurang lebih 1 tahun ke belakang sejak berdirinya *channel Youtube Otodriver* di tahun 2015.

*“salah satu konten dengan mereview daihatsu sirion, kebetulan saya baru*



*membeli mobil tersebut, dan ternyata benar untuk kelebihan dan kekurangan mobil di review channel ini jujur apa adanya”.*(Meisya, 14 Desember 2019)

Alasan peneliti memilih Meisya untuk menjadi informan dalam penelitian ini yaitu peneliti menganggap informan ini merasakan dampak yang cukup positif setelah melihat salah satu konten yang ada di *channel Youtube* Otodriver.

Apabila dikaitkan dengan turunan teori dari *Computer Mediated Communication* yaitu *Cyberspace*, *Cybersociety* dan *Cyberculture* untuk yang pertama adalah Dalam perkembangannya, istilah *cyberspace* kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial. Bagaimana media komputasi digital merupakan eksistensi dari saluran komunikasi antar actant (meliputi manusia dan system yang saling berinteraksi) yang merupakan simulasi dari dunia nyata dengan kemampuan saling mempengaruhi dengan motif yang beragam informasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan tahapan wawancara, observasi dan dokumentasi. Maka mengacu dengan rumusan masalah yaitu “Bagaimana Proses Komunikasi Siber Dalam Menyampaikan Informasi Otomotif di *Channel Youtube* Otodriver”. Dan berdasarkan teori yang peneliti gunakan yaitu teori *Computer Mediated Communication*. Disini peneliti akan membahas apa yang sudah peneliti dapat dari *key informan* dan *informan* yang telah diwawancarai. Adapun segala hasil yang peneliti dapat adalah setiap jawaban dari *informan* berbeda-beda tetapi dengan maksud dan tujuan yang

sama di *media online Youtube channel* Otodriver.

Teori *Computer Mediated Communication* pada perkembangan zaman saat ini khususnya perkembangan dalam teknologi komunikasi dapat memudahkan sesama individu untuk berkomunikasi walau dengan jarak yang berjauhan. Ditambah dengan beragam media sosial yang ada seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook* dan lain sebagainya yang diharapkan dapat memberikan fasilitas sesama individu untuk berkomunikasi. Jadi disini komputer melalui jaringan internet data menghubungkan dari individu satu ke individu yang lainnya. Jika dikaitkan dengan penelitian ini dimana komputer mempunyai fasilitas untuk berkomunikasi bagi para *subscribe channel* Otodriver.

#### 1. **Cyberspace**

Pada penelitian ini, *cyberspace* yang disebut sebagai jaringan atau penghubung antara Otodriver dengan para *subscriber*-nya adalah media sosial itu sendiri yaitu *Youtube*, dengan adanya *Youtube*, *subscriber* dari *channel* Otodriver, dapat dengan mudah mengetahui video atau konten terbaru dari *channel Youtube* Otodriver.

Dalam penelitian ini peneliti bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet dalam hal yaitu *cyberspace*. Dalam melakukan koneksi setiap orang harus melakukan *login* atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis *username* dan *password* untuk membuka akses ke *email*, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Setelah prosedur itu dilalui, maka individu akan mendapatkan yang biasa disebut dengan istilah (*account*) atau identitas *online*. Dalam proses komunikasi siber *channel Youtube* Otodriver membikin

perancangan untuk membuat *video vlog* seperti menguasai materi dan membuat naskah sendiri dan membuat *brainstorming* di dalam konten yang dibuatnya.

#### **A. Tujuan Mengakses Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Informan*, tujuan mereka untuk mengakses *channel Youtube* Otodriver tidak lain adalah untuk mencari informasi tentang otomotif khususnya mobil terbaru yang ada di Indonesia.

*"Tujuannya ya... untuk mencari informasi selain review mobil, lagi pula kan channel Otodriver ada tips dan trik otomotif-otomotif terus kalo keluh kesah pengguna otomotif". (Wahyu, 6 Desember 2019)*

*"Tujuan untuk subscribe channel Otodriver si, intinya biar mendapat informasi seputar mobil terbaru dan pastinya jadi tahu tentang spesifikasi mobil terbaru". (Ridho, 8 Desember 2019)*

*"tujuan saya si.. ingin tahu saja jenis-jenis mobil baru yang ada di Indonesia, dan saya suka melihat konten yang menjelaskan tentang perbedaan mobil satu dengan yang lainnya". (Meisya, 14 Desember 2019)*

Apabila dikaitkan dengan teori *Computer Mediated Communication* yaitu *Cyberspace* bahwa terdapat sebuah jaringan yang dimana *Youtube* tersebut menjadi penghubung antara *channel* Otodriver dengan *subscriber* untuk menyampaikan informasi. Demikian dengan *subscriber* menggunakan *Youtube channel* Otodriver untuk mencari informasi tentang *review* mobil terbaru yang ada di Indonesia.

Peneliti menyimpulkan bahwa tujuan dari Wahyu, Ridho dan Meisya. Tujuan untuk mengakses

*channel Youtube* Otodriver adalah untuk mendapatkan informasi tentang dunia otomotif. Jadi dengan mengakses *channel Youtube* Otodriver kebutuhan mereka tentang *review* mobil yang mereka belum tahu menjadi bahan referensi untuk mereka yang ingin mencari mobil yang mereka inginkan.

#### **B. Mengelola Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dengan *Key Informan*. *Channel* Otodriver dianggap memiliki beberapa strategi yang diterapkan untuk mengelola informasi yang ada pada *channel Youtube* Otodriver, karena tahap pengelolaan ini adalah hal yang sangat penting dalam membuat sebuah informasi.

*"Kalo kita itu intinya konten yang kita buat itu memang konten yang bermanfaat buat orang jadi kita tidak bikin konten yang aneh-aneh jadi kontennya fokus ke otomotif orang yang mau membeli mobil baru dan kita bikin reviewnya. Dan konsistensinya itu Otodriver itu menjadi banyak dikenal, sebenarnya Otodriver bisa saja membikin konten yang aneh-aneh, yang prank, sama selebritis segala macam, tapi bukan itu kita dalam mengelola Otodriver benar-benar fokus sama konten utama dari channel ini, jadi kita tidak terganggu dengan hal-hal lainnya benar-benar murni dari review mobil." (Fitra Eri, 23 Desember 2019)*

Peneliti menyimpulkan bahwa dalam mengelola *channel Youtube* Otodriver itu konten yang di buat ini benar-benar berguna untuk masyarakat dan fokusnya lebih ke otomotif. Masyarakat yang ingin tahu tentang perkembangan mobil baru dan yang ingin membeli mobil baru *channel* Otodriver ini hadir untuk memberikan

review-nya. Dan dari konsistensinya itu Otodriver menjadi banyak dikenal oleh masyarakat.

### **C. Komunikasi Siber Pada Konten Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Key Informan* dan *Informan* peneliti menyimpulkan sebuah kutipan yang menyatakan bahwa ada konten yang paling diminati oleh *subscriber channel* Otodriver.

*"Pastinya konten yang menghibur dan punya daya guna buat mereka, makanya channel kami itu Otodriver memang dibuat untuk orang mengetahui teknologi baru mobil atau bagi orang yang mau membeli mobil dia bisa mempertimbangkan mobil mana yang harus dibeli dan mana mobil yang tidak." (Fitra Eri, 23 Desember 2019)*

*"Konten yang paling saya suka konten tentang review mobil aja sih, mobil-mobil terbaru, yang mempunyai fitur apa saja dan kita bisa tahu semua tuh dari channel Otodriver". (Wahyu, 6 Desember 2019)*

*"salah satu konten yang paling saya sukai yaitu mengulas tentang Kijang Innova, dimana bahan bakarnya ada yang Bensin dan Diesel, dari situ saya bisa memilih untuk kendaraan yang saya pilih". (Ridho, 8 Desember 2019)*

*"kalau untuk konten mungkin semuanya, tetapi saya kebetulan baru minggu-minggu kemarin sangat puas untuk, salah satu konten dengan mereview Daihatsu Sirion, kebetulan saya baru membeli mobil tersebut, dan ternyata*

*benar untuk kelebihan dan kekurangan mobil di review channel ini jujur apa adanya". (Meisya, 14 Desember 2019)*

Peneliti menyimpulkan bahwa konten yang diminati adalah konten yang menghibur dan mempunyai daya guna untuk yang menonton, di dalam *channel* Otodriver ini *subscriber* mempunyai ketertarikan dalam konten yang berbeda-beda dikarenakan *channel* ini dibuat untuk orang yang ingin mencari informasi tentang mobil atau membeli mobil dan bisa untuk jadi bahan pertimbangan mobil mana yang harus dibeli dan mana yang tidak.

## **2. CyberSociety**

Masyarakat multimedia atau *cybersociety*, adalah sebuah istilah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, dimana salah satunya yaitu internet, yang mana telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas yang disediakan oleh internet. Seluruh aktivitas tersebut memang tidak dibutuhkan kontak fisik secara langsung dan tampaknya dilakukan hanya melalui perangkat komputer. Akan tetapi sesungguhnya disini terjadi interaksi antar individu, yaitu antar sesama pengguna ruang publik tersebut dan interaksi tersebut telah menciptakan satu lingkungan masyarakat.

### **A. Feedback Subscriber Terhadap Komunikasi Siber yang Ada di Channel Otodriver**

Berdasarkan wawancara peneliti dengan *Informan*, *feedback* apa yang diberikan *informan* untuk informasi otomotif yang diberikan oleh *channel* Otodriver.

*"Saya kasih like aja sih... kadang saya juga nge-share ke teman*

saya untuk kasih tahu tentang mobil yang baru atau yang ingin di beli". (Wahyu, 6 Desember 2019).

"Kalo untuk feedback saya memberi like".(Ridho, 8 Desember 2019).

"Saya cuma kasih like aja sih... tapi kadang-kadang saya juga share ke teman-teman".  
(Meisya, 14 Desember 2019)

Feedback yang diberikan oleh para *subscriber* dari *channel Youtube* Otodriver kepada konten yang disukai adalah bentuk wujud komunikasi antara *subscriber* dengan *channel* Otodriver melalui konten tersebut. Apabila dikaitkan dengan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yang berbicara tentang proses komunikasi manusia melalui komputer.

#### **B. Kepercayaan Agen Pemegang Merk Dalam Komunikasi Siber Pada Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dengan *Key Informan*. *Channel* Otodriver mendapatkan kepercayaan kepada APM (Agen Pemegang Merk) untuk bisa meminjamkan mobil-nya kepada Otodriver untuk di *review*.

"Kita semua mendapat mobil itu pinjem dari Agen Pemegang Merek, memang itu ga mudah karena memang mereka hanya meminjamkan mobil kepada media yang sudah di percaya, media yang sudah besar dan dipercayai, Alhamdulillah seiring berjalanya waktu kepercayaan orang kepada Otodriver semakin meningkat dan akhirnya kita bisa meminjam mobil apa saja".(Fitra Eri, 23 Desember 2019)

Peneliti menyimpulkan bahwa *channel Youtube* memberikan kepercayaan pembisnis maupun konsumen salah satunya yang ada di *channel Youtube* Otodriver. Bagaimana komunikasi siber dalam *channel Youtube* Otodriver bisa memberikan kepercayaan kepada APM, untuk meminjam salah satu mobil yang ingin di *review* oleh *channel* Otodriver, dari komunikasi siber inilah APM melihat bagaimana respon masyarakat khususnya pengguna *Youtube* yang menginginkan informasi tentang mobil terbaru. Jika dihubungkan dengan penelitian ini, *Cybersociety* atau masyarakat multimediana adalah terjadi interaksi antara *channel* Otodriver ini kepada *subscriber*-nya dan terjadi interaksi antar individu *subscriber* dengan *subscriber* yang lainnya didalam konten *channel Youtube* Otodriver ini.

#### **3. Cyberculture**

*CyberCulture* yaitu Dengan kata lain budaya *cyber* atau *cyberculture* adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer komunikasi, hiburan, dan bisnis. *Cyberculture* juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainya seperti komunikasi *online*, *game*, *multiplayer online*, *texting*, jejaring sosial dan pembentukan jaringan budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik komputer seperti internet.

#### **A. Intensitas Komunikasi Siber Pada Konten Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *Informan*, seberapa sering *channel* Otodriver membuat konten baru untuk memberikan informasi tentang me-*review* mobil.

"Kalo tidak salah setiap minggunya pasti ada konten terbaru dari

*channel Otodriver". (Wahyu, 6 Desember 2019)*

*"Untuk konten si.. tidak tentu, tapi setiap minggu pasti ada konten terbaru dari Otodriver".(Ridho, 8 Desember 2019)*

*"Menurut saya cukup, untuk mereview mobil kan juga pasti akan susah kalo untuk setiap hari, tapi kalo ada mobil baru pasti ada info atau notif dari channel Otodriver".(Meisya, 14 Desember 2019)*

Peneliti menyimpulkan bahwa kontribusi yang ada di channel Otodriver berikun sudah cukup maksimal. Dimana, Otodriver tersebut memberikan informasi tentang review mobil setiap minggu kepada para *subscriber* atau *viewer* yang suka melihat *channel* Otodriver. Dalam *mengupload* konten kedalam *Youtube* untuk para *subscriber* ini juga adalah salah satu wujud komunikasi siber antara channel Otodriver yang memberikan informasi untuk para *subscriber* nya.

### **B. Konten Di Channel Youtube Otodriver**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan key informan peneliti menyimpulkan bahwa konten yang ada di *channel Youtube* Otodriver adalah membuat konten khusus untuk mereview mobil khususnya untuk masyarakat yang ada di Indonesia, karena di dalam konten *me-review* mobil kebanyakan Otodriver mengambil mobil yang sudah ada atau yang sudah masuk di Indonesia melalui proses peminjaman ke APM (Agen Pemegang Merk).

Peneliti disini juga sangat mengapresiasi cara kerja di dalam *channel* Otodriver yang memberikan referensi tentang pengetahuan informasi tentang otomotif khususnya (mobil). Dalam *me-review* mobil Otodriver

menjelaskan sangat menjaga kredibilitas dan sangat menjaga *independensi* sehingga dalam mereview mobil di *channel* ini murni dari penilaian yang profesional dan tidak terikat bisnis dengan pabrikan mobil yang di *review*. Sehingga dalam *mereview* mobil Otodriver memberikan ulasan tentang mobil yang di *review* tidak dilebih-lebihkan dan tidak di kurang-kurangkan. Jadi masyarakat bisa lebih tahu tentang kekurangan dan kelebihan dan mobil mana yang ingin dimiliki.

### **C. Tampilan Channel Youtube Otodriver**

Dari gambar bahwa *channel Youtube* Otodriver *channel* yang menginformasikan tentang mobil, yang bisa dilihat di background nya adalah gambar mobil. *Channel* Otodriver adalah salah satu Blogger yang menceritakan penilaian untuk roda empat (Mobil) dalam konten yang ada di dunia Otomotif, dalam sebuah unggahnya Otodriver ini memberikan tips bagi konsumen yang hendak ingin membeli mobil pada umumnya yang ada di Indonesia. Dengan gaya dan bahasa yang mudah dipahami dikalangan masyarakat yang masih awam dengan dunia Otomotif, pada gambar di atas Fitra Eri yang dikenal sebagai Jurnalis Otomotif, Instruktur Pembalap dan Keselamatan Berkendara. Diandra Gautama juga seorang Pembalap Wanita yang sering berlaga di Indonesian Sentul Series Of Motorsport (ISSOM) kelas 3.200 cc.

Peneliti memahami bahwa *computer mediated communication* yaitu komunikasi yang termediasi dengan komputer dimana komputer sudah menjadi alat komunikasi para pengguna *media online* dengan *media online* juga mereka dapat menemukan komunitasnya yang bisa disebut komunitas *virtual* yaitu komunitas yang dibentuk individu-individu melalui

jaringan internet. Jadi komputer sebagai alat untuk komunikasi bagi mereka yang menggunakannya.

Peneliti menyimpulkan bahwa konten yang diminati adalah konten yang menghibur dan mempunyai daya guna untuk yang menonton, di dalam *channel* Otodriver ini *subscriber* mempunyai ketertarikan dalam konten yang berbeda-beda dikarenakan *channel* ini dibuat untuk orang yang ingin mencari informasi tentang mobil atau membeli mobil dan bisa untuk jadi bahan pertimbangan mobil mana yang harus dibeli dan mana yang tidak.

Secara khusus peneliti memilih *Channel Youtube* Otodriver sebagai Objek penelitian, karena Otodriver didedikasikan untuk konsumen mobil di Indonesia. Peneliti mengerti bahwa membeli mobil merupakan sebuah keputusan besar, dan tidak jarang konsumen melakukan kesalahan memilih mobil karena kurangnya referensi.

## **SIMPULAN**

Peneliti pada penelitian ini bahwa *Youtube* sebagai media informasi tidak lepas dari pengaruh baik maupun buruk dari dalam organisasi tersebut. Hasil *penelitian* ini, peneliti memilih judul “Proses Komunikasi Siber Dalam Menyampaikan Informasi Otomotif di *Channel Youtube* Otodriver”. Dikarenakan peneliti ingin melihat bagaimana media *online Youtube* dijadikan sebagai media informasi terhadap *subscriber* atau *viewers* yang ingin mencari mobil untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum membelinya. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian ini. Adapun metode penelitian ini yaitu deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana peneliti menyiapkan

beberapa pertanyaan yang disiapkan sebelum wawancara sesuai dengan rumusan masalah bagaimana Media *Online Youtube Channel* Otodriver Dalam Menyampaikan Informasi Otomotif.

Otodriver didedikasikan untuk konsumen mobil di Indonesia. Peneliti mengerti bahwa membeli mobil merupakan sebuah keputusan besar, dan tidak jarang konsumen melakukan kesalahan memilih mobil karena kurangnya referensi. Dari situlah Otodriver lahir untuk menghadirkan penilaian terhadap mobil-mobil terkini.

Tester Otodriver terdiri dari sejumlah *expert* yang kemampuan menguji mobilnya tidak diragukan lagi. Beberapa tester bahkan memiliki pengalaman mengetes lebih dari seribu mobil dalam kariernya. Satu yang selalu Otodriver jaga adalah *Independensi*. Seluruh *review* di buat benar-benar murni penilaian profesional serta bebas dari kepentingan bisnis pabrikan mobil bersangkutan. Oleh karena itu Otodriver dapat lebih obyektif memaparkan kelebihan dan kelemahan mobil yang diuji.

Penelitian ini, peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran terkait dengan penelitian ini dari pengalaman peneliti dapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliahan sebagai berikut:

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Computer Mediated Communication* dapat dikembangkan dan dipahami. Dan akan lebih baik jika diteruskan untuk penelitian selanjutnya agar komunikasi yang bermediasikan *Computer* mengenai media online dalam hal ini tentang *channel Youtube* bisa lebih sempurna lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **BUKU**

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Tomic, Alice. Lengel, Laura. Thurlow, Crispin. 2004. *Computer Mediated Communication : Sosial Interaction and The Internet*. London : SAGE Publications Ltd
- Muktar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group
- Meleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

## **INTERNET**

- <https://duabelas.co.id/> diakses pada 25 November 2019