

**OPINI PENGIKUT *YOUTUBE* FITRA ERI TERHADAP
KONTEN *REVIEW* OTOMOTIF PADA *YOUTUBE* FITRA ERI
(STUDI KASUS *YOUTUBE* FITRA ERI)**

SKRIPSI

OLEH :

DTM ASHRAFF

188530066



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23

**OPINI PENGIKUT *YOUTUBE* FITRA ERI TERHADAP KONTEN
REVIEW OTOMOTIF PADA *YOUTUBE* FITRA ERI
(STUDI KASUS *YOUTUBE* FITRA ERI)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Oleh:

**DTM ASHRAFF
188530066**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Opini Pengikut *Youtube* Fitra Eri Terhadap Konten *Review*
Otomotif Pada *Youtube* Fitra Eri (**Studi Kasus *Youtube* Fitra eri**)

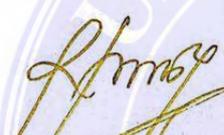
Nama : DTM Ashraf

NPM : 188533066

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing


(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si)

Pembimbing I


(Ara Auza, S.Sos. M.I.Kom)

Pembimbing II


(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si)

Dekan


(Agnita Yolanda, B.Comm. M. sc. CPSP)

KA. Prodi

ulus : 29 Maret 2023

 Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Februari 2023



DTM Ashraff
188530066

 Dipindai dengan CamScanner

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : DTM Ashraff
NPM : 188530066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Opini Pengikut *Youtube* Fitra Eri Terhadap konten *Review* otomotif pada *Youtube* Fitra Eri(Studi Kasus *Youtube* Fitra eri) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Maret 2023
Yang menyatakan



ABSTRAK

Fitra Eri dalam kanal *Youtube Otodriver* menjadi salah satu jurnalis pertama di *Otodriver* dan yang paling kompeten dalam hal tutur kata serta pembawaan konten di video. Bisa dilihat dalam kanal *Youtube Otodriver*, setiap video yang dibawakan oleh Fitra Eri mendapatkan penonton yang lebih banyak dibanding jurnalis lain yang ada di *Otodriver*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat atau opini *subscribers* dalam menonton tayangan *Youtube* Fitra Eri. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini berasal mahasiswa jurusan komunikasi FISIP UMA Medan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang. Data penelitian dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan yaitu observasi dan wawancara. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa youtuber Fitra Eri memiliki 3 unsur sebagai seorang komunikator yang dapat memberi pengaruh pada pengikutnya yaitu unsur ethos (dengan dia mempunyai kekuatan karakter dalam dirinya yang membawa isi review nya dengan bahasanya yang gampang dipahami secara jelas namun tidak rumit dimengerti), secara unsur pathos (Fitra Eri dapat menyampaikan isi dari pesan-pesan di dalam video unggahannya dengan pembawaan yang mudah dimengerti dan jelas), secara unsur logos (ia telah menjelaskan secara rinci fakta dari mobil ini mulai dari sejarah, kelengkapan, kelebihan, kekurangan, serta aspek-aspek yang terdapat di mobil ini).

Kata Kunci: Opini Pengikut, *Youtube*, Fitra Eri, Konten *Review* Otomotif

ABSTRACT

Fitra Eri on the Otodriver Youtube channel became one of the first journalists in Otodriver and the most competent in terms of speech and content in videos. It can be seen on the Otodriver Youtube channel, every video presented by Fitra Eri gets more viewers than other journalists on Otodriver. Researchers use qualitative descriptive methods. The source of this research data comes from students majoring in communication FISIP UMA Medan. There were 7 informants in this study with a sampling technique, namely purposive sampling. From this research, it can be concluded that YouTuber Fitra Eri has 3 elements as a communicator who can influence his followers, namely the element of ethos (with him having the strength of character in himself that conveys the contents of his review in language that is easy to understand clearly but not complicated to understand). , in an element of pathos (Fitra Eri can convey the contents of the messages in his uploaded video in an easy-to-understand and clear manner), in an element of logos (he has explained in detail the facts of this car starting from history, completeness, advantages, disadvantages , as well as the aspects contained in this car)

Keywords: Follower Opinion, Youtube, Fitra Eri, Automotive Review Content

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap DTM Ashraff, anak dari bapak DTM Salahuddin dan ibu Khairil Bariah. Lahir di Medan pada tanggal 9 Juni tahun 2000. Penulis merupakan anak kedua dari 2 bersaudara.

Penulis bersekolah di sekolah dasar negeri 060884 kota Medan pada tahun 2006, selanjutnya pada tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah di SMP Negeri 28 Medan, kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 13 Medan. Pada tahun 2018 hingga sampai sekarang penulis melanjutkan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan area.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam kita hadiahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan menuju jalan yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan,

Penelitian skripsi ini berjudul “ *Opini Pengikut Youtube Fitra Eri dalam Menonton Tayangan Youtube Fitra Eri (Studi Kasus Youtube Fitra eri)* ” penulis mengajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penulisan skripsi penelitian ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak terutama dari orang tua saya bapak DTM Salahuddin dan kakak saya yang telah banyak memberikan begitu besar kasih sayang dan selalu mendoakan penulis agar selalu sehat serta bantuan moril dan material selama menjalankan pendidikan hingga saat ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan baik. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Prof.Dr.Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan

2. Ibu Dr. Effiati Juliani Hasibuan, M.Si selaku sebagai dosen pembimbing 1
Bapak Ara Auza, S.Sos, M.I.Kom selaku sebagai dosen pembimbing 2
serta Ibu An Nisa Dian Rahman, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris
3. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Medan Area, terkhususnya dosen Ilmu Komunikasi.
4. Terkhusus kepada sahabat Dimas Vio Karim, Firman, Tasya umaira, Dicky Wahyudi, Gilang Maulana, terimakasih banyak atas segala bantuan, dukungan, saran serta semangat yang diberikan.
5. Terima kasih kepada sahabat yang telah membantu dalam penulisan ini yaitu seluruh sahabat stambuk 18 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini belum begitu sempurna. Untuk itu, peneliti meminta maaf dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan di masa yang akan mendatang. Harap peneliti, semoga Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

Medan, 7 Februari 2023



DTM Ashraff

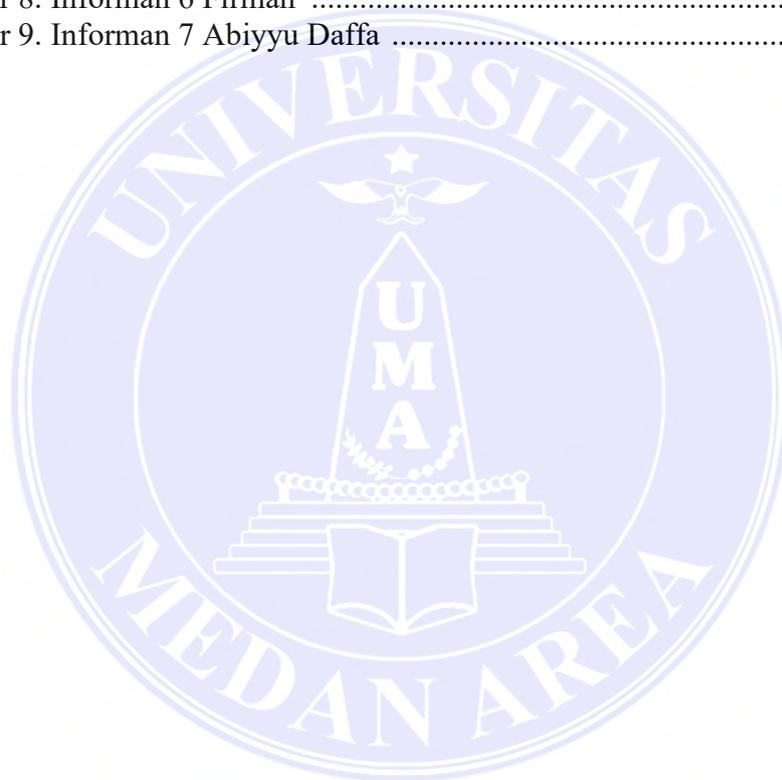
DTM Ashraff

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	6
	1.3 Tujuan Penelitian	6
	1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	LANDASAN TEORI	
	2.1 Komunikasi Bermedia	8
	2.2 Opini	9
	2.3 Teori Konsep Kredibilitas Sumber/Komunikator	11
	2.4 Youtube	21
	2.5 Kerangka Penelitian	29
	2.6 Penelitian Terdahulu	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Jenis Penelitian	35
	3.2 Teknik Analisis Data	36
	3.2.1 Observasi	36
	3.2.2 Wawancara	37
	3.2.3 Dokumentasi	37
	3.3 Waktu Penelitian	38
	3.4 Instrumen Penelitian	38
	3.5 Keabsahan Data	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum <i>Youtube</i> Fitra Eri	40
	4.2 Deskripsi Identitas Responden	41
	4.3 Hasil Penelitian	43
	4.4 Pembahasan	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan	68
	5.2 Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Channel youtube</i> Fitra Eri	4
Gambar 2. Isi kolom komentar <i>youtube</i> Fitra Eri	67
Gambar 3. Informan 1 Alfi Syahri	91
Gambar 4. Informan 2 Dimas Vio	91
Gambar 5. Informan 3 Malwinder Kisen	92
Gambar 6. Informan 4 Marshall Gibran	93
Gambar 7. Informan 5 Muhammad Ridwan	94
Gambar 8. Informan 6 Firman	95
Gambar 9. Informan 7 Abiyyu Daffa	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	72
Lampiran 2. Dokumentasi	91
Lampiran 3. Lembar Surat Pernyataan	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial sekarang terjadi dengan pesat dan variatif kegunaannya. Media sosial adalah sebuah wadah media daring, di mana para pemakainya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa *Blog*, *Wiki*, Forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung dari teknologi multimedia yang semakin canggih. Mempunyai pengguna yang besar, media sosial sejatinya memiliki fungsi sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain.

Media sosial juga dapat digunakan untuk menjadi sarana penyebaran informasi. Hanya dalam kurun waktu yang sempit, masyarakat sudah bisa menikmati kabar-kabar terbaru dari seluruh belahan bumi. Hal tersebut sangat bermanfaat bagi kita untuk mengetahui kabar terbaru yang terjadi, dan yang terakhir dampak positif yang muncul dari media sosial adalah menjadi sarana memperbanyak teman. Melalui wadah media sosial, masyarakat dapat berkomunikasi kepada siapapun, termasuk dengan orang-orang yang belum dikenal sekalipun dari semua tempat di dunia. Telah menjadi kelebihan agar masyarakat bisa memanfaatkan untuk menambah wawasan, bertukar pikiran, saling mengenal budaya dan ciri khas daerah masing-masing, dan lain-lain.

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui *telephone seluler* dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). Dengan

hadirnya *Smartphone*, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, mms, *chatting*, *email*, *browsing* serta fasilitas sosial media. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara *virtual*.

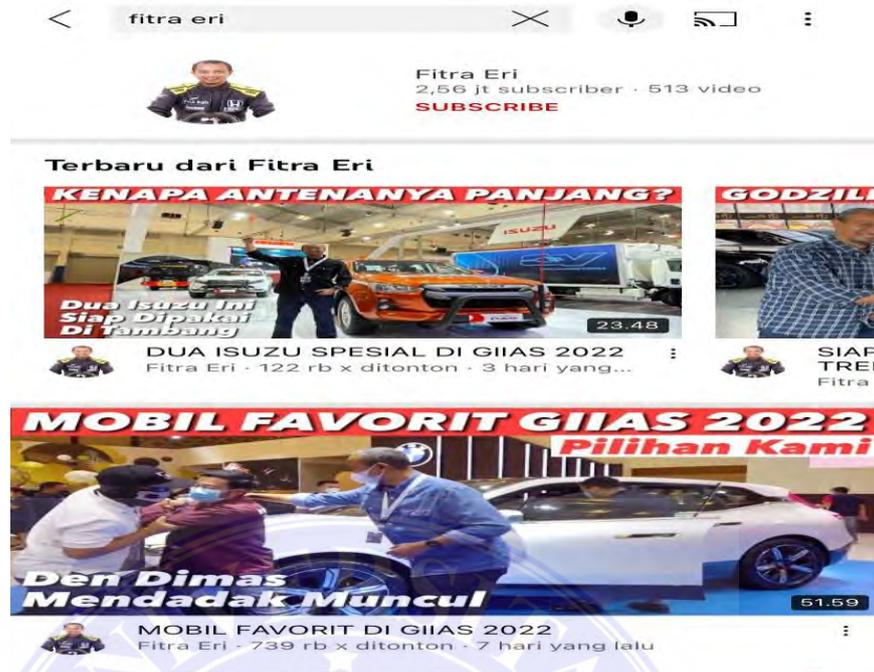
Terdapat pada media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*). Salah satu yang termasuk *new media* adalah *YouTube* dan saat ini menjadi media sosial paling populer menurut data dari *HootSuite* dengan total 88% pengguna dari jumlah populasi Indonesia. Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan. Indonesia sendiri, Kementerian Komunikasi dan Informasi berdasarkan hasil *survey* yang dilakukannya, mencatat sekitar 132,7 juta orang Indonesia di sepanjang tahun 2016 telah terhubung ke internet.

Menurut Widiyanto, (dalam Afrilia, 2017: 32) hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu berdasarkan survey yang dilakukan APJII pada 2014 hanya terdapat 88 juta pengguna internet. *YouTube* merupakan situs web berbagi video yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan *PayPal* yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Situs ini memungkinkan penggunanya mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. April 2005, video pertama di unggah di *YouTube* dan pada Desember 2005, situs ini resmi

diluncurkan. Tidak hanya untuk membuat konten kreatif, *YouTube* juga digunakan sebagai alat untuk berkarya serta menyampaikan pesan kepada *viewers*.

Sejak kemunculan *YouTube* popularitas televisi kini semakin berkurang, karena banyak masyarakat yang beralih dan menonton *YouTube* guna mendapatkan hiburan maupun informasi terkini terutama dikalangan remaja dan dewasa bahkan anak-anak juga lebih sering menonton *YouTube* dibandingkan dengan menonton televisi. *YouTube* memberikan kemudahan dengan pilihan berbagai macam konten yang diunggah di media sosial *YouTube*, menjadi alternatif bagi sebagian orang yang ingin mengetahui informasi tanpa harus membaca sebuah artikel. Fenomena *YouTube* ini kemudian dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk mendapatkan keuntungan. Akibatnya, muncul suatu perubahan sosial dalam masyarakat yang menciptakan suatu profesi baru yakni *Youtuber*. *Youtuber* adalah orang yang menghasilkan dan mengunggah sebuah konten di media sosial *YouTube*. Hal ini membuat para masyarakat berlomba untuk mengeluarkan ide masing-masing dalam membuat kanal *Youtube*.

Terdapat sekian banyak *vlogger* otomotif di Indonesia, sosok Fitra Eri merupakan salah satu *vlogger* otomotif yang memiliki dampak besar bagi penonton *YouTube*, dengan jumlah pengikut mencapai 2,55jt juta *subscribers* per 10 Agustus 2022, dengan jumlah video yang sudah di unggah sebanyak 507 video dan sudah mendapatkan *verified* dari *YouTube*.



Keterangan : *Channel Youtube* Fitra Eri

Fitra Eri dalam kanal *Youtube Otodriver* menjadi salah satu jurnalis pertama di *Otodriver* dan yang paling kompeten dalam hal tutur kata serta pembawaan konten di video. Bisa dilihat dalam kanal *Youtube Otodriver*, setiap video yang dibawakan oleh Fitra Eri mendapatkan penonton yang lebih banyak dibanding jurnalis lain yang ada di *Otodriver*. Bisa dilihat dalam semua video yang di unggah fitra eri dalam kanal *youtube* nya ada satu video yang paling banyak penonton menonton video tersebut yakni pada video yang berjudul “ Ini Jadinya Kalau Mobil Perang di Pakai di Jalanan” dalam video ini menembus 6,2 juta penonton yang melihat nya dengan jumlah yang menyukainya sebanyak 81 ribu orang, video tersebut diunggah pada tanggal 17 September 2021. Fitra eri didalam video tersebut membahas soal mobil *Hummer H1* yang dimiliki oleh ketua DPR RI bapak Bambang Soesatyo, mobil tersebut berasal dari *America* hanya diproduksi 14 ribu unit di dunia dan mobil ini sangat langka di Indonesia.

Mobil tersebut sebenarnya mobil yang beroperasi untuk perang tentara Amerika tapi didesain sedemikian rupa untuk menjadi *City Car*. Melalui video yang di unggah Fitra Eri ia *mereview* mobil tersebut dari mulai mesin,kaki-kaki hingga modifan yang telah dibuat pada mobil tersebut.

Fitra Eri atau yang sering disapa Om Fitra memiliki *channel YouTube* sejak Sembilan tahun yang lalu. Awalnya, konten yang dibawakan *channel YouTube* Fitra Eri hanya berupa video anaknya yang sedang bermain. Barulah setahun setelahnya, ia mulai mengunggah video dengan konten dunia otomotif.. Fitra Eri juga suka membagikan pengalamannya di dunia balap mobil. Menggunakan Honda Jazz-nya yang sudah dimodifikasi menjadi mobil balap, Fitra Eri memasang kamera di bagian *roll bar* yang merekam secara keseluruhan proses balapan.

Kesuksesan seorang pembalap, *vlogger, reviewer, sekaligus editor in chief Otodriver* ini bisa dilihat dari banyaknya brand yang sudah bekerjasama dengan Fitra Eri. Meski bukan kerjasama secara kontrak jangka panjang, namun seringkali Fitra Eri menjadi orang pertama Indonesia yang berkesempatan untuk mencoba langsung mobil-mobil terbaru di lingkup kancah internasional. Seperti pada *event launching premiere* di dunia *Lamborghini Urus*, Fitra Eri-lah satu-satunya warga Indonesia yang diundang dan berada di *event* tersebut. Ia juga menjadi satu-satunya orang yang ada di *event BMW* untuk melihat *BMW Next Gen*, sebuah mobil *concept* dari *BMW*.

Sebagai seorang *vlogger* otomotif, tentu saja Fitra Eri melakukan proses pembentukan diri sebagai *expertise* otomotif. Melalui sebuah tayangan *youtubanya*, diperoleh jumlah pengikut dan penonton yang tinggi. Tidak jarang

pula videonya menjadi *trending* di *YouTube*, bahkan salah satu videonya yang berjudul Garuda Indonesia *FIRST CLASS* ke London | VLOG #4 tembus hingga lebih dari 11 juta *viewers*.

Selain menggunakan platform *YouTube*, Fitra Eri juga aktif dalam menggunakan akun *Instagram*. Akun Fita Eri diikuti lebih dari 1jt pengguna akun *instagram* pengikut per 2 Juli 2022 dan sudah mendapatkan verifikasi. Tidak jarang Fitra Eri membagikan *update* terbaru konten *vlognya* di *YouTube* melalui akun *Instagram*. Berdasarkan paparan latar belakang di atas, proses strategi Fitra Eri dalam *personal branding* sebagai *vlogger* otomotif Indonesia dalam membangun kredibilitas dirinya yang akan menjadi topik bahasan yang akan diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

Bagaimana opini para pengikut terhadap konten otomotif pada tayangan *youtube* Fitra Eri “ Ini Jadinya Kalau Mobil Perang dipakai Dijalanan”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat atau opini *Subscribers* dalam menonton tayangan *Youtube* Fitra Eri.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang baik dan positif kepada khalayak ramai terkhususnya pada. Penelitian ini

juga diharapkan dapat memberi pengembangan terhadap sosial media dan agar menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi ,evaluasi,dan masukkan positif bagi para pengguna sosial media.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi Bermedia

Penggunaan komunikasi di media sosial sering kali dan juga banyak ditemukan menggunakan bahasa yang tidak baku atau tidak sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Penulisan yang baik dan baku sangat diperlukan saat membuat postingan atau status dalam menggunakan media sosial. Seperti *Facebook, Twitter, instagram* dan media sosial lainnya, dikarenakan penulisan EYD berkaitan dengan etika dalam berkomunikasi bagi sesama penggunanya.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat pada perkembangan media sosial menimbulkan bermacam konsekuensi dan menjadikan pergeseran pemikiran bagi banyak penggunanya. Hal tersebut dikarenakan sosial media menjadi tempat berbagi segala aktifitas dan juga untuk mencurahkan segala fikiran dan emosional dalam diri penggunanya seperti memposting gambar dan juga tulisan tanpa adanya melihat etika dalam bermedia sosial. Mudahnya dalam menggunakan media sosial membuat semua bagi penggunanya seakan lupa dengan menurunnya etika terutama bagi kalangan umum dan masyarakat pengguna. Hal ini seakan etika tidaklah penting berbeda dengan masa lampau yang mana etika menjadi satu alasan yang dianggap penting bagi banyak orang di Indonesia.

Proses komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia ialah komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan (

melalui) *cyberspace* / ruang maya yang bersifat interaktif. Definisi komunikasi dapat dibagi menjadi dengan dua bentuk yaitu: Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal communications*), yaitu proses saling bertukar informasi serta pemindahan pengertian antara dua individu atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.

Komunikasi ialah proses dimana dua orang atau membentuk kata melakukan pertukaran informasi melalui satu sama lain (Everett M Rogers, Lawrence Kincaid, 1981). Komunikasi merupakan sebuah proses transmisi informasi gagasan, emosi, keterampilan dan lain-lain melalui penggunaan kata, angka, simbol, gambar, dan lain sebagainya. (Bernard Berelson, Gary A Steiner, 1964). Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, oleh karenanya dibutuhkan komunikasi agar pesan atau maksud yang disampaikan dapat dimengerti oleh manusia yang lainnya.

Harold Lasswell (Mulyana, 2000:65) mengemukakan komunikasi merupakan sebuah bentuk dari pesan yang akan diberikan kepada penerima dari seorang sumber dengan berbagai macam bentuk dari saluran tertentu yang di mana kemudian diberikan dengan sebuah cara yang di mana langsung dan juga tidak langsung dengan sebuah tujuan untuk menciptakan efek kepada penerima seperti hal yang ingin diberikan oleh pemberi. Dapat digarisbawahi komunikasi adalah penyampaian pesan antar individu dengan individu maupun kelompok, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami satu sama lain.

Salah satu model komunikasi yang dikemukakan oleh Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Effendy (2005: 10) yakni, *who says what in which channel to whom with what effect* yang

dapat disimpulkan bahwa suatu proses komunikasi tersebut darimana sumbernya, apa isi pesan yang disampaikan, apa media yang digunakan, siapa penerima pesan tersebut, dan apa efek yang ditimbulkan dari pesan tersebut.

Komunikasi Dalam Organisasi (*Organization communications*), yaitu proses dimana pembicara memberikan informasi secara sistematis dan memindahkan pengertian kepada orang-orang didalam organisasi dan juga kepada orang-orang dan lembaga-lembaga diluar organisasi namun masih terkait dengan organisasi tersebut (Glueck, 2019:103).

2.2 Opini

Umumnya opini berasal dari serapan bahasa Inggris, yaitu *opinion* yang berarti tanggapan atau pendapat terhadap suatu hal yang bisa diungkapkan dalam bentuk tulisan atau lisan. Oleh karena itu, bagi sebagian orang ada yang lebih suka menyampaikan opini melalui lisan dan ada juga yang lebih nyaman untuk memberikan opini terhadap suatu hal melalui tulisan. Menyampaikan opini terhadap suatu hal menunjukkan bahwa kita memiliki sudut pandang untuk melihat dan memahami suatu hal tersebut.

Sudut pandang yang digunakan untuk menyampaikan opini akan menghasilkan atau menentukan opini apa yang akan disampaikan, bisa berupa pendapat yang menyatakan setuju dan bisa juga pendapat yang menyatakan ketidaksetujuan terhadap suatu hal. Opini yang berbeda ini merupakan hal yang wajar karena tak selamanya pendapat akan suatu hal selalu sama dengan pendapat orang lain. Oleh karena itu, kita harus saling menghargai pendapat orang lain agar tidak terjadi pertengkaran atau permusuhan yang diakibatkan perbedaan opini.

Frazier Moore (Suprawoto,2018:102) Arti opini menurut Frazier Moore adalah suatu kesimpulan yang ada dalam sebuah pikiran dan belum dikeluarkan untuk diperdebatkan. Opini lebih kuat dari pada sebuah kesan tetapi juga lebih lemah dari pada pengetahuan yang positif. Opini *public* berasal dari kata “opini” dan “*public*”. Secara harfiah opini berasal dari bahasa Inggris “*opinion*” yang berarti pendapat atau opini. Yaitu, tanggapan aktif terhadap rangsangan yang disusun melalui interpretasi *personal*. Sedangkan, publik yang juga berasal dari bahasa Inggris “publik” secara harfiah memiliki beberapa arti, seperti “umum”, “orang banyak”, “tidak rahasia”, atau bahkan yang menerjemahkan dengan “masyarakat” (Gun Gun, 2011: 89).

Opini juga sama artinya dengan kalimat pendapat, opini sendiri merupakan suatu pandangan, keputusan atau taksiran yang terbentuk di dalam pikiran mengenai suatu persoalan tertentu (*Webster’s New Collegiate Dictionary*,1959:861). Opini merupakan serapan dari bahasa asing yaitu *opinion*, yang berarti tanggapan ataupun jawaban terbuka terhadap suatu permasalahan persoalan yang dinyatakan dengan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan (Abdullah, 2001:67).

2.3 Teori Konsep Kredibilitas Sumber/ Komunikator

Teori Kredibilitas Sumber (*source credibility theory*) adalah teori yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Semakin kredibelnya sumber/ komunikator maka akan semakin mudah mempengaruhi cara pandang audiens/ komunikan. Seringkali seseorang akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan

oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Dengan kata lain kredibilitas seseorang mempunyai peranan yang penting dalam mempersuasi audiens untuk menentukan pandangannya.

Seorang komunikator yang memiliki kredibilitas tentunya harus dapat mengemukakan berbagai pendapat terkait dengan upaya untuk mendukung proses mediasi yang sedang berlangsung. Suatu pesan persuasif menjadi semakin efektif apabila kita mengetahui bahwa penyampai pesan adalah orang yang ahli dibidangnya. Kredibilitas adalah bagian dari persepsi pihak yang menerima pesan (komunikasi) tentang sifat-sifat penyampai pesan (komunikator). Terdapat dalam hal ini ada dua unsur yaitu, pertama kredibilitas merupakan persepsi publik, jadi tidak melekat dalam diri komunikator.

Kedua kredibilitas berhubungan dengan karakter atau kepribadian komunikator. Kredibilitas komunikator dalam penyampaian isi pesan komunikasi merupakan faktor utama agar diterima baik komunikasi. Disini menjelaskan, kredibilitas terhadap sumber berkaitan dengan kepercayaan individu yang menulis berita atau menyampaikan informasi. Namun demikian, tidak selamanya faktor tersebut memberikan pengaruh yang besar terhadap makna pesan yang disampaikan, termasuk apabila disampaikan melalui video *WhatsApp* (WA). Oleh karena itu, seorang komunikator saat melakukan upload content senantiasa berupaya agar pesannya menarik komunikasi. Menurut Mark Hughes yang dikutip (Harjanto: 2009), kunci yang memungkinkan pesan beredar di antara para anggota komunitas adalah pesan yang menarik perhatian dan memberikan mereka sesuatu yang dapat dinikmati pada saat dibicarakan. Pesan ini dinikmati pada saat-saat

berbagi rasa dengan orang lain untuk menghibur, untuk kelihatan lebih pintar, atau cerdas, atau untuk ikut dianggap terlibat dengan pesan tersebut.

Menurut Aristoteles, kredibilitas dapat diperoleh apabila seorang komunikator memiliki pathos, ethos, dan logos. Pathos artinya kekuatan yang dipunya penyampai pesan (komunikator) dalam mengendalikan emosi penerima pesan (komunikan), Ethos artinya kekuatan yang dipunya komunikator dari karakter dirinya, sehingga apa yang disampaikan dapat dipercaya, dan Logos artinya kekuatan yang dipunya komunikator lewat argumentasinya. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat- sifat komunikator. Dalam hal ini terkandung dua hal: pertama kredibilitas merupakan persepsi khalayak, jadi tidak inhern dalam diri komunikator, kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat- sifat komunikator (Rakhmat, 2005:257).

Hafied Canggara (2008;92) masih dalam buku yang sama mengutip pendapat James Mc Croskey (1966) lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi (*competence*), sikap (*character*), tujuan (*intention*), kepribadian (*personality*) dan dinamika (*dynamism*).

- Kompetensi ; penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya.
- Sikap menunjukkan pribadi komunikator apakah ia tegar atau toleran dalam prinsip.
- Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang dsampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak.
- Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat.
- Dinamika menunjukkan apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya membosankan.

Penjelasan di atas diurai pula dalam buku *Public speaking Handbook*, yang ditulis oleh A Steven A. Beebe & Susan J. Bee (2005;420) Kemampuan/

wewenang-... untuk dipercaya, seorang pembicara harus banyak pengetahuan/informasi, trampil, atau yang banyak mengetahui tentang pokok materi yang ia bicarakan. Dipercaya, orang-orang percaya mereka jujur penuh ketulusan ketika berbicara. Dinamis adalah sering diproyeksikan melalui penyerahan. Karisma adalah format dari Dinamis. Seorang orang yang karismatik menguasai menggiurkan, bakat, kemagnetan (daya tarik,), dan kualitas lain yang membuat orang tertarik & semangat.

Kredibilitas yang dipunyai oleh komunikator berhubungan erat dengan kapabilitas/ keahlian yang dimiliki dalam proses penyelesaian konflik yang terjadi. Seorang komunikator dalam proses komunikasi akan berhasil jika sukses menunjukkan kredibilitas sumber, artinya komunikator harus dapat memiliki kepercayaan dari komunikan. Kepercayaan dalam hal ini terhubung secara langsung dengan kemampuan proses penyelesaian konflik yang terjadi. Kepercayaan pada komunikator menunjukkan apakah pesan yang diterima oleh komunikan itu akurat dan mengikuti fakta yang terjadi.

Kepercayaan komunikan pada komunikator tergantung pada keterampilan komunikator dalam hal pekerjaan komunikator dan apakah ia dapat dipercaya. Dalam Teori Kredibilitas Sumber, kredibilitas komunikator dibentuk dari keterampilan seorang komunikator yang mempelajari semua informasi tentang objek yang dimaksud dan memiliki kepercayaan pada standar keaslian informasi yang dikirimkan. Dalam artian tersebut kredibilitas dalam Teori Kredibilitas Sumber terdapat dua unsur yakni, keterpercayaan dan keahlian yang dimiliki oleh penyampai pesan/ komunikator.

Berkaitan dengan faktor keterpercayaan Effendy (2003:43- 44) mengatakan bahwa kepercayaan terhadap komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya ia dipercaya, lebih dikenal dan disenangi komunikator oleh komunikan, lebih cenderung komunikan untuk mengubah kepercayaannya ke arah yang dikehendaki oleh komunikator. Jalaluddin Rakhmat (2005 :257) dalam sebuah bukunya yang berjudul “Psikologi Komunikasi”, mengartikan kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan atau khalayak mengenai sifat-sifat komunikator.

Menurut Rakhmat (Effendy,2000:305).menegaskan bahwa kredibilitas mengandung dua hal: pertama kredibilitas merupakan persepsi khalayak jadi dalam konteks ini kredibilitas tidak inheren atau melekat dalam diri komunikator, kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator. Dalam bentuk proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan source of credibility, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya serta dapat tidaknya dipercaya”.

Hafied Cangara. (2008;91) berpendapat bahwa : “Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobbel, menteri propaganda Jerman dalam perang dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi.” Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki

kredibilitas yang cukup. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus.

Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas dibidangnya. “Jangan melihat siapa yang berbicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakannya.” Sebuah kalimat tersebut seringkali kita dengar dalam kesempatan-kesempatan tertentu yang menuju kepada ketidakpercayaan seorang pendengar terhadap orang yang membicarakan sesuatu. Bisaanya hal ini terjadi dalam kesempatan komunikasi yang melibatkan orang dengan pendidikan, usia, ataupun kedudukan yang lebih rendah sebagai pembicara dengan orang atau kelompok yang memiliki kedudukan lebih tinggi.

Kalimat tersebut merupakan sesuatu yang bijak karena kita sebagai makhluk social membutuhkan hubungan timbal balik guna menambah pengetahuan meskipun hal itu bersumber dari orang yang tidak kita perhitungkan. Sebagai orang atau kelompok yang pada saat-saat tertentu berperan sebagai komunikator, tentu saja kita harus meminimalisir pandangan orang terhadap diri dan apa yang akan kita bicarakan nantinya. Untuk itu, dibutuhkan sebuah usaha untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (kredibilitas) komunikasi terhadap diri seorang komunikator. Tingkat kepercayaan disini mengacu kepada sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang jelas kepada komunikasi serta komunikasi dapat mengambil informasi dari pembicaraan-pembicaraan yang dilakukan sebelumnya.

Jadi berdasarkan uraian di atas maka seorang sumber/ komunikator dianggap memiliki kredibilitas jika:

1. Memiliki kemudahan berkomunikasi dengan orang lain.
2. Kemampuan dalam pembicaraan dengan audiens.
3. Memiliki kepercayaan dari audiens.
4. Ahli dalam mempengaruhi audiens.

Untuk membangun sebuah kredibilitas perlu adanya wawasan mengenai kredibilitas, perlu diketahui bahwa dalam membangun kredibilitas perlu nilai-nilai keharmonisan untuk membangun kepercayaan. Terdapat beberapa kriteria atau indikator dalam kredibilitas, yaitu (Chaerudin, Rani, & Alicia, 2020):

1. Kemampuan

Kemampuan yang dimaksud adalah bagaimana komunikator bernalar, berfikir, dan kecerdasan yang dimiliki oleh seseorang untuk dikatakan mempunyai kredibilitas yang tinggi.

2. Kapasitas

Kapasitas merupakan kemampuan maksimal yang dimiliki oleh komunikator dalam bernalar, berpikir dengan menggunakan kecerdasan yang dimiliki. Kapasitas menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh seorang komunikator.

3. Kreativitas

Kreativitas dalam diri komunikator dapat dilihat dari bagaimana memecahkan masalah (problem solving) sehingga dapat dinilai dari segi efisiensi waktu. Kreativitas juga dapat diartikan bagaimana seorang komunikator dapat berpikir diluar nalar dan menemukan cara pandang lain.

4. Karakter

Merupakan watak dasar manusia yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Berupa sikap, sopan santun, kemampuan mengendalikan emosi dan bagaimana merespon sebuah kejadian.

5. Komitmen

Kesungguhan dalam melakukan sesuatu meskipun tidak menguntungkan bagi diri sendiri. Komitmen biasanya dinilai dari seberapa tanggung jawab seorang komunikator terhadap sesuatu yang mungkin tidak disukai.

6. Kompatibilitas

Kompatibilitas merupakan kepatuhan seorang komunikator terhadap suatu aturan dimana dirinya berada, tidak hanya itu, bagaimana bekerjasama dengan sesama untuk membangun kepercayaan atau kredibilitas.

Penelitian ini dilandasi oleh teori kredibilitas sumber, teori ini lahir cukup lama. Dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly tahun 1953 (*Communication Capstone*, 2001). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas dibidangnya. "Jangan melihat siapa yang berbicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakannya."

Sebuah kalimat tersebut seringkali kita dengar dalam kesempatan-kesempatan tertentu yang menuju kepada ketidakpercayaan seorang pendengar terhadap orang yang membicarakan sesuatu. Biasanya hal ini terjadi dalam kesempatan komunikasi yang melibatkan orang dengan pendidikan, usia, ataupun

kedudukan yang lebih rendah sebagai pembicara dengan orang atau kelompok yang memiliki kedudukan lebih tinggi. Kalimat tersebut merupakan sesuatu yang bijak karena kita sebagai makhluk social membutuhkan hubungan timbal balik guna menambah pengetahuan meskipun hal itu bersumber dari orang yang tidak kita perhitungkan.

Sebagai orang atau kelompok yang pada saat-saat tertentu berperan sebagai komunikator, tentu saja kita harus meminimalisir pandangan orang terhadap diri dan apa yang akan kita bicarakan nantinya. Untuk itu, dibutuhkan sebuah usaha untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (kredibilitas) komunikasi terhadap diri seorang komunikator. Tingkat kepercayaan disini mengacu kepada sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang jelas kepada komunikasi serta komunikasi dapat mengambil informasi dari pembicaraan-pembicaraan yang dilakukan sebelumnya.

1. Keterpercayaan (*trustworthiness*) Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain track record seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan. Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.

2. Keahlian (*expertise*) Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain.

3. Daya Tarik (*attractiveness*) Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.

a. Daya Tarik Fisik Penampilan fisik seseorang akan mempengaruhi bagaimana khalayak mempersepsi sumber. Berbagai penelitian dalam bidang persuasi menyimpulkan bahwa orang yang menarik secara fisik dapat lebih mempersuasi orang lain. Mengapa hal ini bisa terjadi? Penelitian menyatakan bahwa daya tarik fisik bukanlah hal yang dapat diremehkan. Daya tarik fisik mampu menciptakan karakteristik kepribadian yang berbeda. Orang yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan lebih diterima. Mereka juga lebih banyak mendapatkan umpan balik yang positif pada setiap awal interaksi yang dilakukan.

b. Daya Tarik Psikologis Komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut *similarity* (kesamaan). Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. (Venus, 2004:57-60). Kesamaan karakteristik *personal; cognitive consistency theory* dari Fritz Heider mengemukakan bahwa orang cenderung memiliki sikap yang sama dengan orang yang disukai. Teori ini berusaha menerangkan

bagaimana individu-individu sebagai bagian dari struktur sosial (misalnya sebagai suatu kelompok) cenderung untuk menjalin hubungan satu sama lain. Teori Heider memusatkan perhatiannya pada hubungan intra-pribadi (intrapersonal) yang berfungsi sebagai “daya tarik”, yaitu semua keadaan kognitif yang berhubungan dengan perasaan suka dan tidak suka terhadap individu-individu dan objek-objek lain.

2.4 Youtube

Youtube adalah salah satu sebuah platform sosial media dari sekian banyak yang digunakan oleh orang-orang pada saat ini. *Youtube*, didirikan pada 14 Februari 2005, merupakan salah satu anak perusahaan milik google inc. *Youtube* juga dapat digunakan di seluruh dunia. *Youtube* adalah salah satu aplikasi yang memberi informasi berupa video-video. Aplikasi *youtube* ini, kalian semua dapat mengunggah video apa saja dan sebanyak apapun jika sudah memiliki akun yang terdaftar. Video yang di unggah juga dapat dilihat oleh seluruh dunia. Ada beberapa macam konten video yang biasa diunggah di *Youtube*, yaitu konten video buatan pengguna (dibuat oleh pemilik akun tersebut), klip film, klip TV, video musik dan *video blog* atau yang biasa disingkat dengan *vlog*.

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yang sebelumnya menjadi karyawan pertama *PayPal*. Pada awalnya, Hurley dan Chen mengembangkan ide *YouTube* pada tahun 2005 karena mengalami kesulitan saat ingin berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Fransisco. *YouTube* berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh

investasi senilai \$11,5 juta dari *Sequoia Capital* antara November 2005 dan April 2006.

Bulan November 2006 Google membeli *YouTube* dengan harga \$1,6 miliar. Sehingga saat ini *YouTube* merupakan anak perusahaan milik *Google*. *YouTube* telah menghadapi banyak kritik dari segala aspek terutama dalam hal konten berhak cipta. Sehingga pihak *youtube* terus melakukan berbagai perbaikan kebijakan untuk meminimalisir terjadinya hak cipta di *YouTube*. Salah satu contoh kebijakan *YouTube* terbaru adalah dengan menerapkan sistem 1000 langganan dan 4000 jam tayang untuk pengguna baru yang ingin mendapatkan penghasilan dari *YouTube*. Serta konten yang mereka buat harus asli karena setelah mencapai syarat monetisasi yaitu 1000 langganan dan 4000 jam tayang kanal *YouTube*. Mereka akan ditinjau oleh pihak *YouTube* untuk bergabung dengan program *YouTube adsense*. Jika konten yang mereka unggah asli dan bukan pengunggahan ulang, maka besar kemungkinan *YouTube* akan menerima kanal mereka untuk berpartisipasi dalam program *YouTube adsense*. Namun apabila kanal mereka dianggap kurang layak, maka *YouTube* akan memberikan waktu 1 bulan lagi untuk mereka bisa memperbaiki konten video dan melakukan pengajuan ulang.

Video yang pertama kali diunggah di *Youtube* adalah *me at the zoo*, yang diunggah oleh Jawed Karim. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari. Menurut data yang dikumpulkan perusahaan riset pasar *comScore*, *YouTube* adalah penyedia video daring utama di Amerika Serikat dengan pangsa pasar 43 persen dan lebih dari 14 miliar video ditonton pada bulan Mei 2010. Menurut Baskoro

(2009:90) *youtube* merupakan situs media digital (video) yang dapat di *download*, diunggah serta dibagikan (*share*) diseluruh penjuru negeri. Sebagai salah satu *platform* terbesar dan paling populer di dunia youtube tentunya memiliki keunggulan dibanding dengan wadah media sosial yang lain diantaranya, dapat menonton video walaupun tidak terdaftar dan pengguna yang sudah terdaftar bisa mengunggah videonya ke *YouTube*, untuk membuat konten milik sendiri, bisa *mendownload video* melalui bantuan situs seperti *www.savefrom.net* dengan cara menaruh link *video* yang ingin *download* ke situs tersebut, sangat banyak beragam videonya, video beresolusi bagus, melihat tutorial, musik dan lain-lain, mempromosikan barang (Akbar, 2018:32).

Youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Konten *YouTube* termasuk siaran langsung dari berita-berita terkini dunia oleh jaringan berita ternama. Banyak saluran berita besar mengunggah siaran berita harian terbaru mereka di *YouTube*. *Youtube* mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung (Sianipar: 2013:21). Makin cepatnya akses internet dan murahnya piranti perekam video dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat *YouTube* sangat populer (Mitasari, 2017:17). Pengguna *YouTube* sebaiknya memperhatikan dan memilih dengan bijak terhadap apa yang dikonsumsi melalui *YouTube*. Pemanfaatan *YouTube* dapat digunakan dengan mengunggah video-video yang menunjukkan bakat, hobi, atau pun kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif bagi pengguna lainnya (Imran, 2017:941).

Rekor tersebut mampu menembus 5 situs terpopuler di situs Alexa.com, jauh mengalahkan situs *MySpace.com*. Bulan Juni 2006 Situs video *YouTube* memasuki bidang kerjasama pemasaran dan periklanan dengan *NBC* (Chandra, 2017:407). Pertumbuhan pengguna *smarthphone* dan internet yang semakin meningkat membuat video yang ada di *YouTube* menjadi lebih beragam. Konten yang ada di *YouTube* merupakan video yang di unggah oleh individu dan bisa kita sapa dengan *Youtubers* atau konten kreator. Selain itu, *YouTube* juga memberikan ketentuan untuk konten yang bersifat ofensif atau dewasa. Pengguna di bawah 18 tahun tidak memiliki izin jika video tersebut bersifat ofensif.

Hal ini diperuntukkan demi menjaga anak-anak dan remaja dari sembarangan konten video yang tidak sesuai dengan umurnya. *Youtube* pun juga membuat aplikasi tersendiri untuk anak yang berusia di bawah 13 tahun, yakni *YouTube Kids*. *Youtube* juga memiliki beberapa fitur unggulan, berikut beberapa fitur keunggulan dalam *youtube*:

1. Anotasi

Anotasi merupakan fitur yang memungkinkan pengunggah video untuk merekomendasikan video lain dalam bentuk link atau kotak pada video yang sedang diputar. Fitur ini sangat bermanfaat dan menguntungkan bagi pengunggah karena video rekomendasinya berpeluang untuk ditonton.

2. Autoplay

Autoplay merupakan fitur putar otomatis yang memungkinkan pengguna untuk memutar/ menonton video pada rekomendasi berikutnya.

Ketika fitur *Autoplay* aktif, *YouTube* akan memutar video berikutnya yang di sesuaikan dengan minat dan kesukaan pengguna. Hal ini juga berkaitan dengan Algoritma *YouTube* yang super cerdas.

3. Kecepatan Video

Berikutnya adalah fitur Kecepatan dimana pengguna bisa memanfaatkan fitur tersebut untuk mempercepat atau memperlambat video. Fitur ini sangat membantu pengguna ketika sedang menonton video tutorial untuk mempermudah video yang dijelaskan. Pengguna bisa klik menu *Setelan*, kemudian atur kecepatan video dibagian “Kecepatan Pemutaran” sesuai keinginan dan kebutuhan.

4. Subtitle

YouTube juga menghadirkan fitur subtitle dimana pengguna bisa memahami setiap kata/ kalimat yang diucapkan dalam sebuah video. Entah itu video musik, *trailer film*, tutorial, dokumentasi, hingga percakapan. Fitur ini tentu akan sangat membantu penonton yang tidak mengerti bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Opsi *Subtitle* dapat terlihat dibagian menu *Setelan*, kemudian pilih *Subtitle*. Penonton bisa memilih *subtitle* sesuai dengan bahasa yang dimengerti.

5. Download

YouTube juga menyediakan fitur *Download* untuk *smartphone* dan tablet sehingga pengguna bisa menonton video secara *offline*. Fitur ini hanya tersedia pada aplikasi *YouTube*, tidak untuk browser *smartphone* dan komputer. Pengguna bisa temukan fitur ini ketika menonton video apapun

di *YouTube*. Kualitas hasil *download* juga dapat diatur; dari yang rendah (144p), sedang (360p), dan tinggi (720p).

6. *Live Streaming*

Live Streaming mulai dikembangkan *YouTube* pada tahun 2009. Fitur *Live Streaming* hanya tersedia untuk beberapa partner *YouTube*, tidak untuk semua pengguna. Masa-masa tersebut adalah masa pengembangan *Live Streaming* dan testing, bekerja sama dengan pihak ketiga. Pada tahun 2017, *Live Streaming* mulai digunakan secara publik, bersamaan dengan menghadirkan fitur *Super Chat* sehingga pengguna dapat saling berkomentar.

7. Video 360 Derajat

Januari 2015, *Google* memperkenalkan fitur video 360 derajat di *YouTube*. Adanya fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan menonton video 360 derajat menggunakan *Headset Virtual Reality*. Meskipun demikian, belum banyak pengguna *YouTube* Indonesia yang menonton video 360 derajat. Alasannya mungkin karena harga *VR* yang cukup mahal dan belum begitu dibutuhkan.

8. *YouTube Stories*

Tahun 2018, *YouTube* juga memperkenalkan *YouTube Stories* atau istilah lain "*YouTube Reels*". Fitur ini sangat identik dengan *Instagram Stories* dan *Snapchat Stories*. Fitur ini hanya tersedia untuk *YouTubers* atau *Channel* dengan minimal memiliki 10.000 pengikut. Adanya fitur tersebut memungkinkan kreator untuk mengunggah foto maupun video dengan durasi maksimal 1 menit, dan hilang selama 24 jam.

9. *YouTube Premium*

YouTube Premium (sebelumnya bernama *YouTube Red*) merupakan fitur *premium* (berbayar) untuk para pengguna yang ingin berlangganan. Dengan berlangganan *YouTube Premium*, pengguna bisa menonton video bebas iklan, *download* dengan menontonnya secara offline, serta mendapat eksklusivitas menonton video *YouTube Originals* mulai dari Drama, Komedi, Animasi, Dokumentasi, dan lainnya.

Youtube ada kekurangan dan juga kelebihan yang akan dijelaskan dibawah antara lain:

Kelebihan

- Menjadi sumber informasi lengkap dan *up-to-date*.
- Menjadi sumber penghasilan.
- Media menyalurkan kreativitas tanpa batas.
- Media promosi terbaik dan tertarget.
- Media belajar *skill* tertentu secara gratis.

Kekurangan

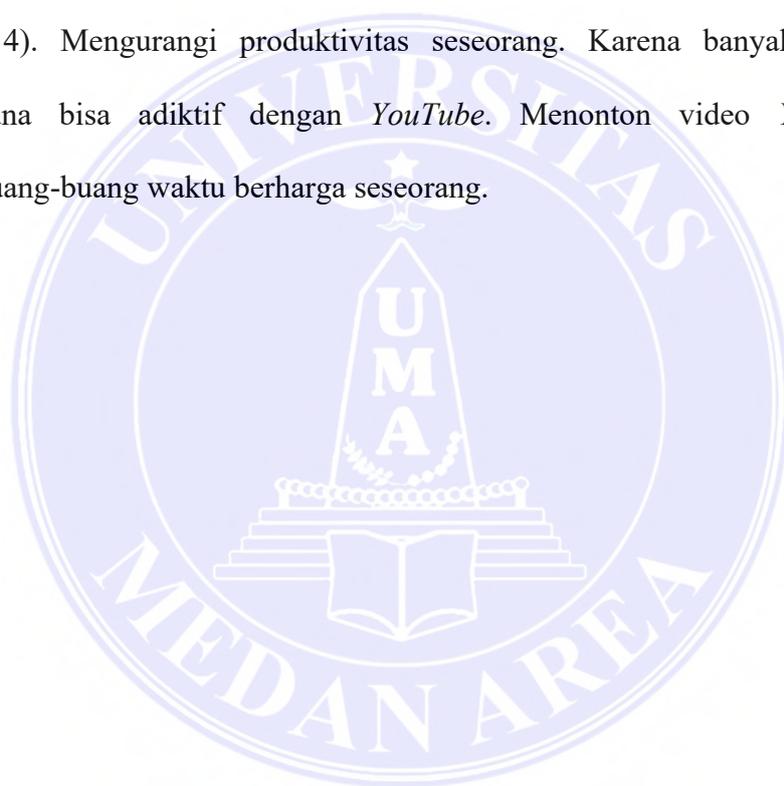
1). Banyak konten yang tidak layak ditonton oleh anak-anak. Di *YouTube* ada banyak konten-konten vulgan yang sangat memungkinkan untuk ditonton anak-anak. Terlebih ketika anak-anak dibebaskan untuk menonton video tanpa pengawasan orang tua maka ini akan sangat berbahaya. Meskipun telah tersedia aplikasi *YouTube Kids* namun siapa yang mampu memastikan semua terkontrol dengan baik?

2). Berita *HOAX* banyak beredar di *YouTube*. Hal ini memang benar adanya, banyak sekali para penebar fitnah dan *buzzer* yang suka membuat berita *HOAX* tanpa sumber yang jelas dan mampu mempengaruhi banyak orang. Inilah

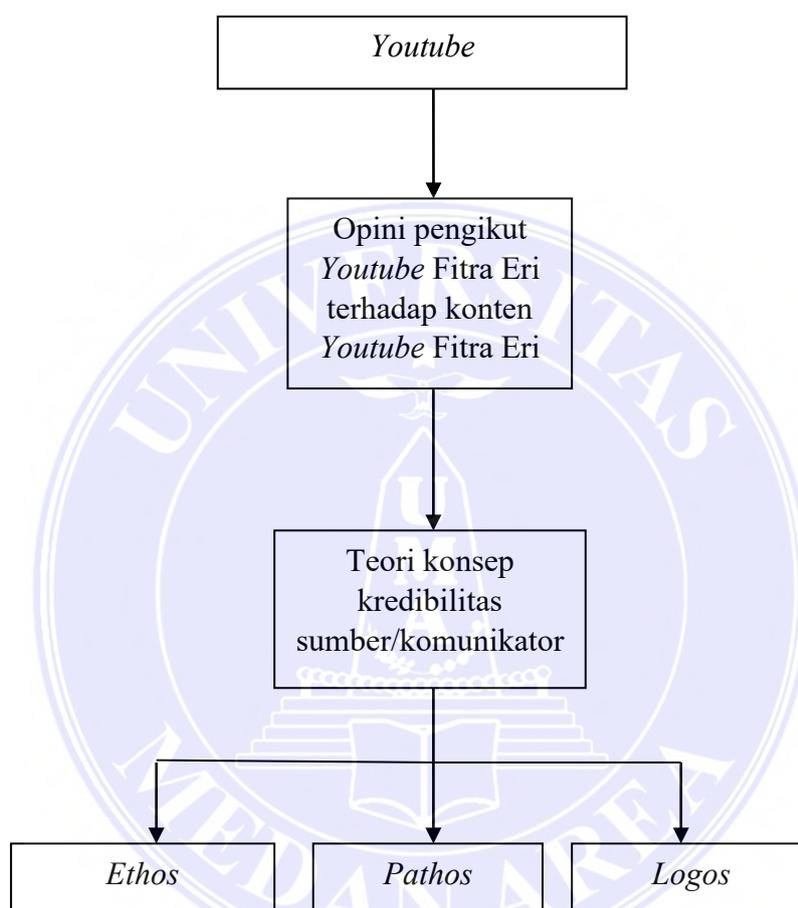
PR bagi kita semua untuk berhati-hati menggunakan *YouTube* dan sosial media lainnya.

3). Beberapa negara memblokir *YouTube*. Negara seperti China, Iran, Turki, Korea Utara, dan lainnya memblokir *YouTube* dengan alasan konten yang vulgar serta memuat konten “berbahaya” untuk persatuan dan kedaulatan negara. Meskipun demikian, sebagian masyarakat disana memanfaatkan *VPN* agar tetap bisa menggunakan *YouTube*.

4). Mengurangi produktivitas seseorang. Karena banyaknya hiburan, pengguna bisa adiktif dengan *YouTube*. Menonton video *YouTube* bisa membuang-buang waktu berharga seseorang.



2.4 Kerangka Pemikiran



2.5 Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muh Jamil Reza, PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA CONTENT VIDEO CREATIVE (STUDI DESKRIPTIF PADA MAHASISWA UNISMUH MAKASSAR)	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa unismuh terhadap penggunaan youtube sebagai media content video creative	Youtube saat ini telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Bagaimana tidak, youtube sangat memenuhi kebutuhan akan informasi, pengetahuan, hiburan dan berbagai hal lain yang sangat diperlukan oleh masyarakat dunia maya. Youtube selain sebagai platform penyedia video informasi dan pengetahuan juga menjadi sarana penyuplai video-video creative yang diunggah oleh para pengguna youtube itu sendiri, para pengguna youtube inilah yang disebut dengan content creator. Content creator pada umumnya kemudian berlomba-lomba menciptakan video sekreatif mungkin agar dapat diterima oleh masyarakat dunia maya.	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama kualitatif.	Pada penelitian ini perbedaan nya adalah dari narasumber nya.
2	ALIF MUHAMMAD KIM, MOTIF DAN KEPUASAN	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apa	Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa esponden mempunyai	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama	Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada metode nya dan

	SUBSCRIBER MENONTON CHANNEL OTODRIVER DI YOUTUBE	motif dan kepuasan subscriber menonton video Otodriver di youtube.	motif yang tinggi untuk menonton video Otodriver di youtube, terutama indikator mencari informasi, artinya responden mempunyai motif yang tinggi dalam mencari informasi tentang seluk beluk otomotif. Hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa responden mempunyai kepuasan nyata (Satisfaction Obtained) yang tinggi untuk menonton video Otodriver di youtube, terutama indikator mencari informasi, artinya responden merasa puas dalam mencari informasi tentang seluk beluk otomotif.	kualitatif.	pendapat para responden.
3	SUSI SUSANTI, OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR	Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 tentang program siaran dakwah AKSI INDOSIAR.	Alasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 menonton program AKSI indosiar dari ke 32 orang yang diwawancarai adalah karena program AKSI itu sangat mendidik, bernuansa dakwah dan tentunya programnya sangat bermanfaat khususnya dalam bidang ilmu agama.	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada narasumbernya

4	Andi Halimah, Persepsi pada Bystander terhadap Intensitas Bullying pada Siswa SMP	Intensitas bullying adalah seberapa lama dan seringnya perilaku bullying siswa terulang pada teman sebaya di sekolah.	Berdasarkan hasil penelitian terhadap 48 subjek yang berpartisipasi pada penelitian, dengan rentang usia 12 hingga 15 tahun dengan kategori usia terbanyak adalah subjek dengan usia 13 tahun (56,25%). Subjek terdiri dari 27 (56,25%) berjenis kelamin laki-laki dan 21 (43,75%) berjenis kelamin perempuan. Dilihat dari durasi bullying, mayoritas subjek yakni sebanyak 23 orang (47,91%) telah melakukan bullying lebih dari satu bulan lamanya.	Peramaan pada penelitian ini adalah pada bentuk persepsi.	Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode variabel bebas.
5	Hutomo Atman Maulana, Persepsi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring pada Mata Kuliah Praktik di Pendidikan Vokasi.	penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran daring pada mata kuliah praktik di pendidikan vokasi pada masa pandemi COVID-19.	Kegiatan belajar mengajar ditandai dengan satu penggarapan materi yang khusus. Oleh karena itu materi harus didesain sedemikian rupa sehingga cocok untuk mencapai tujuan pembelajaran (Inah, 2015). Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh mahasiswa, dapat diketahui bahwa pelaksanaan perkuliahan daring dapat diakses oleh mahasiswa secara biasa sebesar 74%, sedangkan 20% mahasiswa mengalami kesulitan dan terdapat 6% mahasiswa yang sangat sulit untuk mengakses pembelajaran secara daring. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penyebab mahasiswa	Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada metode kuisioner yang diisi secara daring.

			kesulitan mengakses pembelajaran daring a, yaitu: (1) kondisi jaringan yang tidak stabil atau tidak memadai, (2) gadget/perangkat yang tidak kompatibel dengan aplikasi pembelajaran daring, dan (3) kuota internet yang terbatas.		
6	Rachmi Marsheilla Aguss, PERSEPSI ATLET FUTSAL PUTRA UNIVERSITAS TEKNOKRAT INDONESIA TERHADAP HIPNOTERAPI DALAM MENINGKATKAN KONSENTRASI SAAT BERTANDING	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi atlet futsal putra Universitas Teknokrat Indonesia terhadap hipnoterapi dalam meningkatkan konsentrasi saat bertanding.	Penjelasan yang terdapat pada tabel 2 menunjukkan bahwa dalam memahami definisi tentang hipnoterapi dengan total jawaban atlet sangat setuju dan setuju sebesar 58% dan ragu-ragu 4% serta atlet yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 0% untuk pernyataan positif. Sedangkan yang negatif jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 15%, ragu-ragu 12% dan pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 38%. Artinya, bahwa dalam memahami definisi dari hipnoterapi itu sendiri rata-rata atlet dinilai cukup memahami dengan total persentasenya sebesar 58%.	Persamaan pada penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan persepsi pada narasumber.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode survey.
7	Much. Fuad Saifuddin, E-LEARNING DALAM PERSEPSI MAHASISWA	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap e-learning dan berbagai aspek yang dibutuhkan mahasiswa saat menggunakan e-	Berdasarkan data angket diperoleh informasi pengetahuan tentang e-learning sebanyak 98,8% mahasiswa menyatakan mengetahui e-learning, seperti yang tertera dalam gambar 1. Analisis pada gambar 1	Persamaan pada penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini adalah dalam penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif.

		learning.	ditunjang dengan berbagai deskripsi pengetahuan mahasiswa tentang e-learning, seperti yang tertera dalam gambar 2. Berdasarkan pendapat mahasiswa pada gambar 2, dapat dinyatakan mahasiswa mendefinisikan e-learning sebagai suatu pembelajaran yang dilakukan secara daring, baik berupa akses bahan belajar, pengumpulan tugas dan diskusi. Pendapat tersebut sesuai dengan definisi e-learning menurut Hamid (2001) yang menyatakan dalam e-learning antara penyedia pembelajaran (pendidik) dengan peserta didik (mahasiswa) dipisahkan oleh dunia maya.		
--	--	-----------	---	--	--

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti merupakan metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang memerlukan pemahaman secara mendalam yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Metode ini dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peristiwa sesuai dengan masalah yang diangkat penulis.

Definisi penelitian kualitatif dapat ditemukan pada banyak literatur. Antara lain, Ali dan Yusof (2011:221) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai:

Any investigation which does not make use of statistical procedures is called "qualitative" nowadays, as if this were a quality label in itself.

Definisi dari Ali dan Yusof tersebut, menekankan pada ketidakhadiran penggunaan alat-alat statistik dalam penelitian kualitatif. Hal ini tentunya untuk mempermudah dalam membedakan penggunaan metode kualitatif dengan penggunaan metode kuantitatif. Karena metode kuantitatif bergantung pada penggunaan perhitungan dan prosedur analisis statistika.

Sementara itu, metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan.

Melalui metode penelitian ini peneliti sebagai *human instrument* dan Teknik pengumpulan data partisipan *in depth interview* (wawancara mendalam), maka peneliti harus berinteraksi dengan sumber data. Sehubungan dengan ini

peneliti harus mengenal betul orang yang memberikan data. Jenis penelitian ini bertujuan untuk membuat diskripsi yang secara sistematis. Faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Serta menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variable.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu hal yang krusial dan penting untuk ditentukan agar penelitian yang dilakukan lebih lancar dan terkendali. Menentukan teknik pengumpulan data juga dilakukan untuk meminimalisir hambatan dan kesalahan dalam penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. Adapun langkah untuk teknik pengumpulan data adalah dengan cara metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.2.1 Observasi

Teknik pengumpulan data observasi dilakukan dengan pengamatan langsung. Peneliti melakukan pengamatan di tempat terhadap objek penelitian untuk diamati menggunakan pancaindra yang kemudian dikumpulkan dalam catatan atau alat rekam. Observasi terbagi menjadi tiga yaitu observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar dan observasi tak berstruktur. Menurut Sugiyono (2014:145) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis”. Menurut Riyanto (2010:96) “observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun observasi yang dilakukan penulis adalah pada saat bertemu langsung dengan informan dilokasi penelitian. Peneliti hanya sebagai pengamat independen yang mengamati informan dari beberapa aspek, yaitu seperti dari komunikasi non verbal dan komunikasi verbal serta informan menyampaikan suatu pesan, apakah dengan cara yang berulang atau tidak.

3.2.2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih. Pewawancara biasa disebut dengan *interviewer* sementara orang yang akan diwawancarai dinamakan *interviewee*. Menurut Koentjaraningrat, wawancara merupakan metode yang digunakan untuk tugas tertentu, mencoba untuk memperoleh informasi dan secara lisan pembentukan responden, untuk berkomunikasi secara langsung.

Hasil wawancara harus segera di catat setelah selesai melakukan wawancara agar tidak lupa bahkan hilang. Jika menggunakan wawancara terbuka dan tidak berstruktur, peneliti perlu membuat rangkuman yang lebih sistematis terhadap hasil wawancara. Dari berbagai sumber data, perlu dicatat dimana data yang dianggap penting, tidak penting, dan data yang sama dikelompokkan. Hubungan satu data dengan data yang lain perlu dikonstruksi kan sehingga menghasilkan pola dan makna tertentu. Data yang masih diragukan perlu ditanyakan kembali kepada sumber data lama atau yang baru agar memperoleh ketuntasan dan kepastian (Sugiyono, 2017:322-328).

3.2.3 Dokumentasi

Pengumpulan data untuk memperoleh data skunder dengan cara melihat kembali berbagai literatur. Foto dokumentasi yang relevan dengan penelitian ini.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan dokumentasi yang berupa data-data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen maupun surat-surat lainnya yang berkenaan langsung dengan penelitian ini berupa berita-berita serta komentar netizen dalam media sosial.

3.3 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah dua bulan, dimana satu bulan digunakan untuk pengumpulan data dan satu bulan untuk melakukan pengelolaan data. Waktu penelitian ini terhitung sejak november sampai dengan Desember 2022.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:222) yang dikatakan instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus diuji (divalidasi) seberapa jauh peneliti siap untuk melakukan penelitian yang selanjutnya akan terjun secara langsung kelapangan. Adapun instrumen selain peneliti itu sendiri adalah pedoman wawancara dan dokumentasi (alat perekam dan kamera).

3.5 Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2013:83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut Wijaya (2018:120-121), triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.

3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih valid. Untuk itu pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.

Dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis triangulasi teknik. Yakni triangulasi ini melakukan pengecekan pada data yang sudah diperoleh dari sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Triangulasi ini sendiri peneliti melihat hasil yang didapat dari observasi, kemudian pada hasil wawancara.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data- data yang diperoleh serta hasil analisis yang disajikan pada bab-bab sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Bahwa menurut opini para informan Fitra Eri dapat dibidang juga mempunyai beberapa unsur kredibilitas. Karena memenuhi ketiga unsur yaitu unsur ethos (kekuatan karakter yang dimiliki oleh Fitra Eri adalah dengan cara dia membangun daya tarik tersendiri melalui pembawaan *review* di setiap video unggahannya melalui bahasa-bahasa yang gampang untuk dimengerti serta jelas dapat dipahami), unsur pathos (kekuatan yang dimiliki Fitra Eri dalam unsur ini ialah dengan cara penyampaian isi pesan dalam setiap video unggahannya yang gampang untuk dipahami isinya pesan nya dan bisa dipahami dengan cepat), dan unsur logos (kekuatan yang dimiliki Fitra Eri disini ia sudah menjelaskan tentang fakta dan data dari mobil H1 tersebut mulai dari sejarah mobil ini dibuat, lalu kelengkapan surat mobil ini, keunggulan, kekurangan, aspek-aspek yang ada di mobil ini, serta rasa berkendara pada mobil ini juga dia review secara tuntas dan jelas).

Opini para pengikut konten *Youtube* Fitra Eri dalam unggahan *review* mobil H1 ini menurut mereka seorang Fitra Eri tidak perlu diragukan lagi soal masalah review di dunia otomotif terutama mobil, karena orang-orang tahu bahwasanya Fitra Eri ini merupakan seorang Influencer yang berlatar belakang sebagai pembalap nasional. Dengan segala pengalaman yang mumpuni yang dia miliki rasanya kecil kemungkinan untuk orang-orang tidak tertarik dengan isi video-

video *review* yang dia sampaikan. Melalui pembawaannya yang santai namun tepat dan akurat serta gampang dicerna oleh para penonton di setiap *review* mobil-mobil yang ia sampaikan membuat banyak orang menyukai setiap *review* yang ia unggah. Melalui *Personal Branding* yang ia bangun membuat daya tarik bagi *subscribersnya* karena ciri dia dalam pembawaan di setiap *review* berbeda dengan *influencer-influencer* yang lain.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan yang nantinya dapat memberikan manfaat. Adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. dengan menonton tayangan Fitra Eri dapat menambah wawasan terkait dengan konten yang ditampilkan
2. Bagi penelitian berikutnya
 - Lebih dalam lagi membahas permasalahan mengenai pemilihan narasumber serta persepsi yang timbul pada mahasiswa

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah (2011), *Dinasti Politik dan Demokrasi Lokal*.
- Anang, Cahyono Sugeng, (2016), *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, Hal.1-18.
- Ascharisa, Afrilia Mettasatya, (2018), *Personal Branding Remaja di Era digital*, Hal.1-11.
- Astari, Sari Clara, Hartina, Rini, dkk, (2018), *Komunikasi dan Media Sosial*, Hal.1- 9.
- Baskoro, (2009), *Mekar Berseri Di Masa Pandemi*. D.I Yogyakarta: Deepublish
- Berelson Bernard, Gary A Steiner, (1964), *Human Behavior*.
- Borg dan Gal, (1983), *Metode Penelitian dan Pengembangan*.
- Cangara Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja grafindo Persada.
- Chaerudin, A., Rani, I. H., & Alicia, V. (2020). *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Jawa Barat: Anggota IKAPI, CV Jejak.
- Collegiate Dictionary Webster's New, (1959), *Keterampilan Berbicara*.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Efendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Gay, (1990), *Metode Penelitian dan Pengembangan*.
- George, Terry R., (1977), *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Tinjauan Teoritis dan Praktis*.
- Glueck F William, (2019), *Strategic Talent Development: Tips & Trik dalam Mencetak TALENTA Unggul*:PT Penerbit IPB Press.
- Gun Gun, (2011), *Literasi Politik*. IRCiSoD.
- Harold Laswell, (2000), *Suatu pengantar, Remaja Rosdakarya*
- Helena Olii, Novi Erlita, 2007, *Opini Publik*, Jakarta.
- Hovland, (1983), Rogers.
- Hengki Wijaya, (2018), *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray*.
- Jalaludin Rakhmat, (2007), *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyanto, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Moore Frazier, (2018), *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*
- Nadler, (1990). *Manajemen Sumber Daya Manusia Lanjutan*.
- Nasrullah Rulli, (2019), *Teori dan Riset Khalayak Media*.
- Nasrullah, Rulli, 2015, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, 2005, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Richey dan Nelson, (1996), *Landasan Pedagogik : Teori dan Kajian*.

Rogers M Everett, Lawrence Kincaid,(1981):*Communication Network*.
Sianipar, (2013), *Mekar Berseri di Masa Pandemi*. D.I Yogyakarta: Deepublish.
Sugiyono, (2017), *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian*.
Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.

Webster's New Collegiate Dictionary, (1959), Keterampilan Berbicara, Syiah
Kuala University Press.

Jurnal dan Artikel

Akbar, Ali. 2018. *Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi*.
Universitas islam negeri Ar- Raniry Banda Aceh.

Arrmando Raihan, Johassan Deavvy M. R. Y, (2021), *Analisis Isi Pesan Pada
Video Review Konten Otomotif di Kanal Youtube OtoDriver*.

Chandra, Edy. 2017. *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media
Penyampaian Aspirasi Pribadi*. Universitas tarumanegara Jakarta.

Dwi, Darminto Prastowo,(2015), *Tutorial dan penjelasan aplikasi E-office
berbasis web menggunakan metode RAD*.

Mitasari, Ayu D.I. 2017. *Preferensi Remaja Perempuan Pada Konten Youtube
Channel Di Kota Malang*.

Mutaqin Imam, 2021, *Etika Komunikasi Bermedia Sosial Twitter* (Juventini
Indonesia).

Imran, Ilfandy A. & Rini, Mustika E. 2017. *Pengaruh Terpaan Tayangan
Travelling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subsribers Di
Indonesia*. Telkom University.

Internet

[https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode
Penelitian-Kualitatif.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html) diakses pada 23 Oktober 2022 Pukul 13.15

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-opini/> diakses pada 23 Oktober
2022 pukul 09.12 Wib.

[https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56cb0156c0afbd3218bb231e
/mengenal-youtube](https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56cb0156c0afbd3218bb231e/mengenal-youtube) diakses pada 05 Desember 2022 pukul 10.00 Wib

<https://lambeturah.id/pengertian-youtube/>. Diakses pada 05 Desember 2022 pukul
19.45 Wib.

https://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_YouTube. Diakses pada 05 Desember 2022
pukul 21.30 Wib

**PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA
OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN
REVIEW OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI**

A. Identitas Informan

1. Nama: Muhammad Ridwan
2. Usia: 18 Tahun
3. Jenis Kelamin: Laki-laki
4. Anak Ke : 2 dari 2 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Melayu
7. Pendidikan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl. Karya Wisata Komplek. Citra Wisata Blok 12 No 33.
9. Tanggal Wawancara : 11 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional, sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, karena melalui penjelasannya gampang dipahami dan semuanya lengkap serta dia memiliki pengalaman sebagai pembalap yang tak perlu diragukan lagi.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena Fitra Eri sendiri seorang reviewer mobil yang sudah mempunyai banyak pengalaman di bidang otomotif selain itu ia adalah seorang pembalap, informasinya juga dapat dipercaya dan akurat.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat dan lengkap.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, ia membahas dari segala aspek sisi fisik pada mobil ini.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, dia membahas eksteriornya mulai dari body hingga kaki-kaki.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, dia membahas soal bangku dari paling belakang hingga ke supir dan masih ada beberapa fitur lain.
8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas. ia juga membaca pajak tahunan dari mobil tersebut.
9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, Fitra Eri menjelaskan ada beberapa keunikan di mobil ini, menurut saya salah satu keunikannya yang tidak dimiliki mobil lain

adalah mobil ini didesain untuk perang tapi di modif sedemikian rupa untuk jadi mobil harian di jalan raya.

10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, mulai dari teknologi yang terdapat ialah Tire pressure yang tidak dimiliki mobil lain.

11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap adalah pada posisi menyetir yang kurang nyaman terlalu rendah tidak ergonomis.

12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, dia membahas karena mobil ini dulunya dibuat untuk mobil perang tentara Amerika di Timur Tengah.

13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?

Sudah sangat jelas ia sampaikan pada video tersebut.

14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas? Sudah jelas, mobil ini memiliki beberapa fitur yang terdapat didalamnya.

15. Apakah ulasannya mengenai feel/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, pada mobil ini posisi mengendarainya kurang ergonomis.

16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk ditonton ulasannya? Kenapa jelaskan.

Iya sangat sangat menarik, karena dari cara review nya bisa ditangkap dengan cepat dan dapat dipahami dengan pembawaan kata-kata yang jelas.

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya adalah dengan cara dia menyampaikan isi review nya yang jelas tidak rumit dan pembahasannya dapat dipahami dengan mudah.

18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?

Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah dengan lebar mobil ini yang kira-kira ada 2 meter.

19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat? sudah sangat jelas dan akurat.

20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangannya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?

Menurut saya belum ada kekurangannya semua yang ia jelaskan sudah sangat jelas dari segala aspek pada mobil ini.

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : Malwinder Kisen
2. Usia : 21 Tahun
3. Jenis Kelamin : laki-laki
4. Anak Ke : 2 dari 2 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Jawa
7. Pendidikan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl. Karya Darma Gg sari No 10
9. Tanggal Wawancara : 13 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional, sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, karena sebagai pembalap nasional kita tahu dia sudah memiliki banyak pengalaman dan pengetahuan yang luas.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat dipercaya, seluruh informasi yang dia sampaikan dalam video ini menurut saya dapat dipercaya dan akurat.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah, karena cara mereview dia itu sangat detail dan serta dapat dipahami dengan cepat kata-kata dan penyampaian nya.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, aspek fisik pada mobil H1 ini yang saya lihat mobil ini mempunyai aspek yang cukup banyak.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, mulai dari fisiknya yang memiliki lebar hampir 2 meter melebihi lebar mobil-mobil biasa yang membuat *driver* harus membawa mobil nya dengan hati-hati.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, mulai dari Fitra Eri mengulas dari bagian bangku belakang H1 yang di desain masih serupa dengan duduk berhadapan satu sama lain, juga di bangku tengah ada terletak 2 buah iPad serta beberapa buah laci beserta bangku yang duduknya sangat berjarak.
8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, Fitra Eri membahas juga soal pajak pada mobil ini.

9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, memang ada beberapa keunikan yang terdapat di mobil ini, mobil ini mempunyai beberapa ciri khas tersendiri, yang saya lihat salah satunya dengan bentuk segagah ini tinggi nya ternyata gak setinggi mobil fortuner dan juga mobil ini mobil perang yang dimodif untuk bisa berjalan di jalan raya.

10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?

sudah jelas, mobil ini mempunyai lumayan banyak juga kelebihannya, wajar sih karena juga harga nya sudah nyentuh angka miliaran.

11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap ada di posisi menyetir yang kurang ergonomis.

12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, disini fitra eri menjelaskna bahwa mobil ini adalah mobil perang yang dipakai tentara amerika untuk perang.

13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?

Sudah jelas disini tak lupa Fitra Eri membahas soal izin mobil ini.

14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, mobil ini mempunyai beberapa fitur-fitur yang juga diunggulkan dari mobil biasanya.

15. Apakah ulasannya mengenai feel/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, Fitra Eri mengatakan bahwa posisi stir nya yang kurang ergonomis.

16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk di tonton ulasannya? Kenapa jelaskan.

Iya sangat menarik, karena cara ngeriview dia itu sangat mudah di pahami, jelas dan juga dari dulu hanya dia konten kreator otomotif yang memang sering saya tonton

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya adalah dengan personal branding yang ia bangun sehingga bisa banyak orang mengetahui dia.

18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?

Menurt saya bagian yang menarik pada review ini adalah pada teknologi tire pressure yang ada pada mobil ini, karena tidak semua mobil mempunyai teknologi tersebut, jadi kita gak perlu lagi ke tempat isi angin.

19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat? sudah sangat jelas dan akurat.

20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangan nya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?
Dari saya yang memang belum paham betul otomotif menurut saya sudah jelas tanpa ada kekurangan nya dari aspek keunggulan, kekurangan dan detail yang lain pun dia tetap bahas.



PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : Firman
2. Usia : 23 Tahun
3. Jenis Kelamin : laki-laki
4. Anak Ke : 3 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Jawa
7. Pendidikan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl. Gurilla Gg, Sukamdamai No. 08
9. Tanggal Wawancara : 10 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional, sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, latar belakang Fitra Eri sendiri kita udah tau dia seorang pembalap nasional, jadi gak perlu diragukan lagi soal dia *mereview* mobil.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena dari latar belakang Fitra Eri kita sendiri sudah tahu dengan berbagai pengalaman yang iya punya dan jam terbang yang tinggi pada dunia otomotif.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat, karena dari cara penyampaiannya jelas dan sangat gampang untuk dipahami.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, menurut saya soal aspek fisik ini Fitra Eri membahas dengan lengkap dan jelas seperti ada beberapa aspek fisik yang terdapat dimobil ini.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, mobil ini mempunyai ban yang sangat gede juga body mobil yang besar dan juga lebar yang bisa dibilang jarang bisa ditemukan mobil seperti ini di jalan raya.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, disini yang saya tangkap Fitra Eri membahas soal dari bagian bangku belakang hingga ke kemudi supir.
8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, Fitra Eri sudah menjelaskan stnk mobil serta pajak pada mobil ini.

9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, dari ia menjelaskan salah satu keunikan dari mobil ini adalah mobil sebesar ini tingginya tidak lebih dari Toyota fortuner.
10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?
sudah jelas, mulai dari tinggi mobil ini yang bisa melewati akses jalan banjir sekitar 76cm, dan juga mobil ini bisa melewati anak tangga atau hambatan pada jalan sekitar 56cm.
11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap adalah pada posisi menyetir yang kurang ergonomis.
12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, Fitra Eri membahas soal mobil ini yang dipakai oleh tentara Amerika untuk berperang.
13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?
Sudah jelas Fitra Eri membahas soal izin mobil ini di Indonesia.
14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas? Sudah jelas, disini Fitra Eri membahas tentang beberapa fitur keunggulan yang ada seperti terdapat teknologi Tire Pressure.
15. Apakah ulasannya mengenai *feel*/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, karena *feel* berkendara di mobil ini kurang ergonomis.
16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk di tonton ulasannya? Kenapa jelaskan.
Iya sangat sangat menarik, karena cara ngerivew dia itu sangat mudah di pahami dan kebetulan juga saya sangat suka dengan konten konten seperti itu, jadi nyambung aja
17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?
Menurut saya adalah dengan personal branding yang ia bangun sehingga bisa banyak orang mengetahui dia.
18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?
Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah pada teknologi tire pressure yang ada pada mobil ini, karena tidak semua mobil mempunyai teknologi tersebut
19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat?
sudah sangat jelas dan akurat.
20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangannya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?
Yang namanya manusia pasti memiliki kekurangan, tetapi disini Fitra Eri sudah bagus, karena cara pembawaan dia tidak tergesa-gesa ketika sedang menjelaskan dan dia juga sangat humble

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : Dimas Vio
2. Usia : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : laki-laki
4. Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Jawa
7. Pendidikan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl. Karya tani No 11
9. Tanggal Wawancara : 11 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional, sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, latar belakang Fitra Eri yang seorang pembalap nasional gak perlu diragukan lagi apalagi dalam hal review.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena dari latar belakang Fitra Eri saja kita sudah tahu dengan berbagai pengalaman yang iya punya dan jam terbang yang banyak pada dunia otomotif.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat, disini Fitra eri membahas dari segala aspek yang terdapat di mobil ini dengan segala informasi yang jelas.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, mulai dari sejarah mobil ini ia bahas yang sebenarnya mobil ini memiliki spek untuk berperang, mengenai kelengkapan pada mobil ini juga.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, disini Fitra Eri menyampaikan bagian perbagian dari eskterior mobil ini seperti memiliki lebar hingga 2meter dan tinggi mobil yang cukup tangguh walupun tidak setinggi fortuner.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, banyak bagian-bagian dari interior mobil ini yang dibahas satu persatu oleh Fitra Eri seperti mulai dari jok bangku

belakang,masuk ke bangku tengah yang disuguhkan 2 buah ipad dengan bangku yang luas tetapi akses yang terbatas,dan juga bagian bangku depan dengan supir yang memilki posisi stir yang kurang aergonomis.

8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, disini Fitra Eri mejelaskan juga dengan harga pajak mobil H1 ini dalam setahun.

9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, ia menjelaskan sebenarnya banyak keunikan yang terdapat pada mobil ini seperti salah satunya mobil ini mempunyai lebar hingga 2m yang menurut saya cukup unik tak dimiliki mobil lain.

10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?

sudah sangat jelas, mulai dari tinggi mobil ini yang bisa melewati akses jalan banjir sekitar 76cm,dan juga mobil ini bisa melewati anak tangga atau hambatan pada jalan sekitar 56cm.

11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas,kekurangan pada mobil ini.menurut saya tidak banyak kekurangan namun namanya produk yang dibuat setiap hasilnya pasti ada kekurangan tidak selalu fokus pada soal kelebihan.

12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, fitra Eri membahas soal sejarah mobil ini yang dulu nya dibuat pabrik nya untuk tentara Amerika berperang di TImur Tengah.

13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?

Sudah jelas, mobil ini memiliki izin untuk dikendarai dijalan raya Indonesia.

14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas,terdapat banyak sekali fitur-fitur yang ada pada mobil ini seperti teknologi Tire Pressure salah satunya.

15. Apakah ulasannya mengenai feel/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas,feel nya kurang aergonomis dalam mengendarai mobil ini.

16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk di tonton ulasannya? Kenapa jelaskan.

Iya sangat sangat menarik, karena cara ngerivew dia itu sangat mudah di pahami dan gampang dimengerti

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya adalah dia memiliki cirri khas tersendiri yang tak dimiliki oleh reviewer lain dengan pembawaan nya yang santai namun bisa dengan cepat dimengerti penonton.

18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?
Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah pada teknologi pompa ban otomatis yang ada pada mobil ini.
19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat?
sudah sangat jelas dan akurat, fitra Eri tak menjelaskan dengan sangat detail dari bagian perbagian pada mobil ini.
20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangan nya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?
Menurut saya sudah sangat jelas dan tidak ada kurangnya dari setiap segi aspek.



PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : Abiyyu Daffa
2. Usia : 23 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Anak Ke : 2 dari 5 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Aceh
7. Pendidikan : S1
8. Alamat : Jl. Diski Km 12 Gg.Banten No 20
9. Tanggal Wawancara : 21 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional, sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, karena dengan pengalaman yang dimiliki oleh fitra Eri sendiri kita tak perlu meragukannya lagi dalam bidang otomotif.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena Fitra Eri sudah mempunyai pengalaman yang banyak dalam bidang otomotif ini jadi sulit untuk diragukan, berbeda dengan *Influencer* yang lain.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat, kita tahu sendiri seorang Fitra Eri adalah pembalap nasional yang memiliki banyak pengalaman dibidang otomotif terutama mobil ia pasti selalu menyampaikan informasi dari video yang ia *upload* dengan tepat.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, Fitra Eri menjelaskan disini ada cukup banyak aspek fisik yang terdapat di mobil H1 ini mulai dari *body* nya yang cukup lebar hingga 2 meter berbeda dari mobil-mobil lain dan mobil ini tingginya tak setinggi fortuner, lalu masuk ke bagian kaki-kaki pada mobil ini, dan masih ada banyak lagi.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, Fitra Eri menjelaskan membaha soal eksterior pada mobil ini adalah mobil ini sangat berbeda dengan satu pabrikannya yakni Hummer H2 dan H3 yang tak memiliki *body* selebar ini.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?

Sudah lengkap, pada bangku belakang mobil ini terdapat bangku yang duduk berhadapan masih didesain sesuai pabrikannya, lalu disediakan tempat untuk meletakkan senjata para tentara, masuk bagian bangku tengah ada ruangan yang lebar tapi dengan akses terbatas dengan dilengkapi 2 buah iPad agar penumpang gak bosan. Masuk bangku bagian depan pada bagian supir yang ternyata masih memiliki stir kiri seperti stir pada umumnya di luar negeri dan feel mengemudinya kurang ergonomis.

8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, fitra eri menjelaskan mengenai surat dan juga pajak pada mobil ini.
9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, menurut saya terdapat banyak keunikan yang ada di mobil ini apalagi ini mobil bukan diciptakan untuk jalan raya dan di modifikasi supaya bisa ke jalan raya.
10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?
sudah jelas, mulai dari teknologi yang terdapat itu Tire pressure yang tidak ada di mobil lain, terus juga bisa melewati anak tangga setinggi 56cm.
11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap adalah pada posisi menyetir yang kurang nyaman terlalu rendah tidak ergonomis.
12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, disini Fitra Eri menjelaskan dari mulai sejarah mobil ini dibuat oleh pabrik yang diperuntukkan tentara Amerika untuk berperang di Timur Tengah.
13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?
Sudah jelas, fitra Eri menjelaskan soal izin berkendara mobil ini di Indonesia.
14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas? Sudah jelas, disini Fitra eri menjelaskan ada banyak fitur-fitur yang dimiliki mobil H1 ini seperti salah satunya fitur Tire Pressure.
15. Apakah ulasannya mengenai feel/ rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?
Sudah jelas, ternyata feel berkendara di mobil ini kurang ergonomis karena posisi stir nya yang terlalu rendah.
16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk di tonton ulasannya? Kenapa jelaskan.
Iya sangat sangat menarik, karena dari cara review nya bisa ditangkap dengan cepat dan dapat dipahami dengan pembawaan yang santai serta kata-katanya yang jelas.

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya adalah dengan cara dia menyampaikan isi review nya yang jelas tidak susah untuk di mengerti bahasa nya dan dia juga mempunyai pengalaman yang banyak.

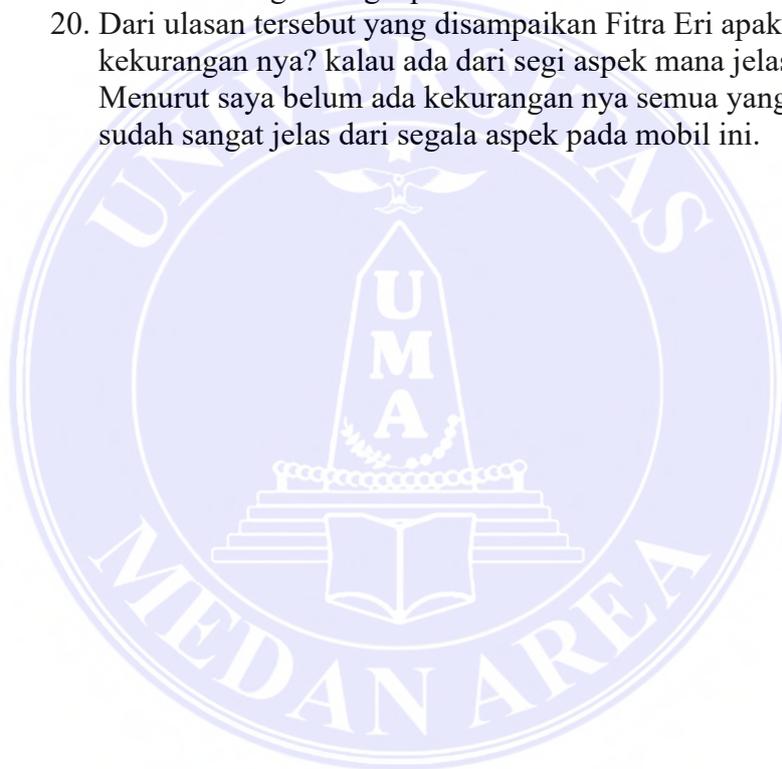
18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?

Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah dengan lebar mobil ini yang kira-kira ada 2 m yang kalo orang tidak biasa menyetir nya bisa banyak senggol.

19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat? sudah sangat jelas dan akurat ia sudah mengulas semua tentang mobil ini dengan lengkap.

20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangan nya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?

Menurut saya belum ada kekurangan nya semua yang ia jelaskan sudah sangat jelas dari segala aspek pada mobil ini.



PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA
OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW
OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : Alfi Syahri
2. Usia : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Anak Ke : 1 dari 3 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Jawa
7. Pendidikan : Mahasiswa
8. Alamat : Jl.Marindal Gg Swadaya No 17.
9. Tanggal Wawancara : 11 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional,sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Menurut saya sudah, karena melalui dari penjelasannya dengan bahasa dan penyampaiannya sangat gampang dipahami dan mengerti orang.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena Fitra Eri sendiri seorang reviewer mobil yang sudah mempunyai banyak pengalaman di bidang otomotif.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat, kita tahu sendiri dengan banyak pengalaman yang Fitra Eri punya ia selalu meriview mobil-mobil dengan lengkap dan tepat.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap, ia membahas disini cukup banyak mulai dari interior,eksterior,kelebihan,kekurangan, dan sejarah pada mobil ini.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, mengenai eksterior pada mobil ini terdapat body mobil yang lebar dengan hampir 2 meter lebarnya,tinggi mobil ini yang tidak setinggi fortuner walaupun mobil ini gagah dan besar, dan juga mengenai *ground clearance* nya.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, mobil ini mempunyai 3 baris bangku dengan yang paling belakang posisinya duduk berhadapan dan ada disediakan tempat untuk meletak senjata, lalu masuk ke bangku tengah

dilengkapi 2 buah ipad dengan jarak duduk yang terbatas, lalu masuk ke bangku depan dan supir yang di posisi stir memiliki rasa berkendara yang kurang ergonomis.

8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, disini Fitra eri juga membaca pajak tahunan dari mobil tersebut.

9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, menurut saya salah satu keunikannya yang tidak dimiliki mobil lain adalah mobil ini mempunyai lebar yang sangat lebar dari biasanya sekitar 2 Meter.

10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?

sudah jelas, mulai dari aspek teknologi yang terdapat ialah Tire pressure yang tidak dimiliki mobil lain, teknologi ini memudahkan driver untuk tidak turun pada saat mengisi angin ban.

11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap adalah pada posisi menyetir yang kurang nyaman terlalu rendah tidak ergonomis, tidak seperti mobil pada umumnya.

12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, Fitra Eri menjelaskan bahwa mobil ini dulu nya dibuat oleh pabrik untuk tentara Amerika berperang di Timur Tengah.

13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?

Sudah jelas, disini Fitra Eri tak lupa membahas soal izin berkendara mobil ini di Indonesia.

14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas? Sudah jelas, mobil ini memiliki beberapa fitur yang tak dimiliki mobil lain yang salah satunya yakni fitur Tire Pressure.

15. Apakah ulasannya mengenai feel/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, mengenai feel berkendara di mobil ini rasanya kurang ergonomis yang saya tangkap dari ulasan Fitra Eri.

16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk ditonton ulasannya? Kenapa jelaskan.

Iya sangat sangat menarik, karena dari cara review nya bisa ditangkap dengan cepat dan dapat dipahami dengan jelas pembawaan kata-katanya.

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya, Fitra Eri juga mempunyai daya tarik tersendiri bagi saya yang menonton karena menurut saya adalah dengan cara dia

menyampaikan isi review nya yang jelas tidak rumit dan pembahasannya dapat dipahami dengan mudah.

18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?

Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah dengan desain mobil ini yang didesain sedemikian untuk mobil perang.

19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat? sudah sangat jelas dan akurat.

20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangannya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan?

Menurut saya belum ada kekurangannya semua yang ia jelaskan sudah sangat jelas dari segala aspek pada mobil ini.



PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA
OPINI PENGIKUT YOUTUBE FITRA ERI TERHADAP KONTEN REVIEW
OTOMOTIF PADA YOUTUBE FITRA ERI

A. Identitas Informan

1. Nama : muhammad marshall gibran
2. Usia : 24 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Suku : Jawa
7. Pendidikan : SMA
8. Alamat : Jl.Karya Jaya Komplek Kodam no 33 .
9. Tanggal Wawancara : 11 November 2022

B. Pertanyaan

1. Apakah kamu salah satu pengikut konten otomotif Youtube Fitra Eri?
Iya, saya salah satu pengikut konten yg fitra eri
2. Apakah latar belakang Fitra Eri yang sebagai pembalap Internasional,sudah memiliki pengetahuan yang luas dan baik dalam mereview mobil H1 tersebut?
Bagi saya sudah, karena kita tahu sendiri dengan latar belakang yang dia miliki sebagai pembalap ia sudah mempunyai banyak pengalaman di bidang otomoitf terutama pada dibidang mobil.
3. Apakah review Fitra Eri tentang mobil H1 ini dapat dipercaya informasinya? Jika iya kenapa dan jika tidak jelaskan juga.
Dapat, karena Fitra Eri sendiri seorang reviewer mobil yang sudah mempunyai banyak pengalaman di bidang otomotif jadi menurut saya dia sudah mempunyai jam terbang yang cukup di dunia otomotif.
4. Apakah dari ulasan Fitra Eri tersebut mengenai mobil H1 ia sudah menyampaikan seluruh informasi tentang mobilnya dengan tepat?
Sudah sangat tepat, ia menjelaskan dari aspek fisik,interior, eksterior,kelebihan dan kekurangan pada mobil ini.
5. Apakah ulasannya mengenai aspek fisik mobil ini sudah lengkap?
Sudah sangat lengkap,ia mengulas bahwa terdapat beberapa aspek pada mobil ini.
6. Apakah ulasannya mengenai eksterior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap,disini Fitra Eri membahas pada bagian eksterior mobil ini memilki lebar yang mencapai 2 meter berebda dengan mobil pada umumnya.
7. Apakah ulasannya mengenai interior mobil ini sudah lengkap?
Sudah lengkap, pada mobil ini keunggulan yang ada pada interior nya menurut saya ada terdapat 2 buah ipad di bangku tengah yang dapat memanjakan para penumpang nya, serta dibagian stir supir memilki feel berkendara yang kurang aergonomis.

8. Apakah ulasannya mengenai kelengkapan surat mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas.ia juga membaca pajak tahunan dari mobil tersebut.

9. Apakah ulasannya mengenai keunikan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas,menurut saya salah satu keunikannya yang tidak dimiliki mobil lain adalah mobil ini didesain untuk perang tapi dimodifikasi sedemikian rupa untuk jadi mobil harian di jalan raya dan satu lagi bodynya besar sekali.

10. Apakah ulasannya mengenai aspek kelebihan mobil ini sudah jelas?

sudah jelas, mulai dari teknologi yang terdapat ialah Tire pressure yang tidak dimiliki mobil lain.

11. Apakah ulasannya mengenai aspek kekurangan mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas,kekurangan mobil ini salah satunya yang saya tangkap adalah pada posisi menyetir yang kurang nyaman terlalu rendah tidak ergonomis.

12. Apakah ulasannya mengenai sejarah mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, Fitra eri menjelaskan bahwa mobil ini didesain pabrikan untuk tentara Amerika berperang di Timur Tengah.

13. Apakah ulasannya mengenai izin mobil ini di Indonesia sudah jelas?

Sudah jelas, disini ia tak lupa menjelaskan mengenai izin mobil ini di Indonesia.

14. Apakah ulasannya mengenai fitur-fitur yang ada pada mobil ini sudah jelas? Sudah jelas, mobil ini memiliki beberapa fitur seperti teknologi Tire Pressure salah satunya.

15. Apakah ulasannya mengenai feel/rasa berkendara didalam mobil ini sudah jelas?

Sudah jelas, feel berkendara di mobil ini kurang ergonomis.

16. Menurut anda apakah Fitra Eri seorang reviewer yang menarik untuk ditonton ulasannya? Kenapa jelaskan.

Iya sangat sangat menarik, karena dari cara review nya bisa ditangkap dengan cepat dan dapat dipahami dengan pembawaan kata-kata yang jelas.

17. Menurut anda apa ciri khas atau daya tarik seorang Fitra Eri yang tak dimiliki reviewer lain hingga ia mempunyai 2,6 juta subscribers sampai saat ini ?

Menurut saya adalah dengan cara dia menyampaikan isi review nya yang jelas tidak rumit dan pembahasannya dapat dipahami dengan mudah, Fitra Eri juga mempunyai ciri khas tersendiri yang membuat penonton menarik untuk melihat video ulasannya.

18. Bagian ulasan tentang apa dari mobil H1 menurut anda yang paling menarik ketika di review oleh Fitra Eri?

Menurut saya bagian yang menarik pada review ini adalah dengan lebar mobil ini yang kira-kira ada 2 m.

19. Apakah ulasan Fitra Eri tentang mobil ini sudah jelas dan akurat? sudah sangat jelas dan akurat.
20. Dari ulasan tersebut yang disampaikan Fitra Eri apakah ada kekurangannya? kalau ada dari segi aspek mana jelaskan? Menurut saya belum ada kekurangannya semua yang ia jelaskan sudah sangat jelas dari segala aspek pada mobil H1 ini.





Informan 1: Alfi Syahri





Informan 3 Malwinder kisen



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Informan-4 marshal gibran

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23



Informan 5 Muhammad Ridwan



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Informan 6 Firman

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23



Informan 7 Abiyyu daffa

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : DTM Ashraff
NPM : 188530066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Opini Pengikut Youtube Fitra Eri Terhadap Konten Review
Otomotif Pada Youtube Fitra Eri

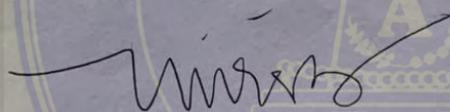
Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari sosial media *Youtube* melalui internet mulai dari tanggal 8 November – 30 November untuk data dalam menyusun skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 2 Januari 2023

Diketahui
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dinyatakan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi,



Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si



Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si