

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai analisis isi terhadap objektivitas video *review* otomotif di media *YouTube*. Penelitian ini mengambil fokus pada identifikasi objektivitas pada video review kendaraan oleh AutonetMagz di media sosial *YouTube*. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan lembar koding. Konsep yang dipilih untuk mengukur objektivitas adalah konsep objektivitas menurut J. Westerstahl, yang kemudian dioperasionalkan kedalam beberapa indikator. Karena belum ada metode yang shahih untuk mengukur objektivitas pada platform media sosial *YouTube*, maka konsep tersebut dipilih karena alasan penggunaan yang paling relevan dan dinilai tepat mengukur indikator-indikator pada unit analisis penelitian ini. Penelitian ini dilakukan terhadap sampel berupa 20 video *review* oleh AutonetMagz di media sosial *YouTube*, yang dipilih berdasar 20 video terbaru. Dengan batasan video terbaru adalah video *review* terakhir yang diunggah oleh AutonetMagz pada saat penelitian ini dilakukan, yaitu bulan maret 2020. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa keseluruhan sampel sudah menerapkan objektivitas. Penerapan objektivitas dilihat dari beberapa indikator penelitian yang sudah terpenuhi. Akan tetapi keseluruhan sampel masih belum memenuhi indikator objektivitas secara sempurna.

Kata Kunci : Analisis Isi, Objektivitas, Review, AutonetMagz

ABSTRACT

This study discusses the content analysis of the objectivity of automotive review videos in media YouTube . This research focuses on identifying objectivity in vehicle review videos by AutonetMagz on YouTube social media. This research uses quantitative content analysis method with data analysis techniques using coding sheets. The concept chosen to measure objectivity is the concept of objectivity according to J. Westerstahl, which is then operationalized into several indicators. Because there is no valid method for measuring objectivity on the YouTube social media platform, the concept was chosen for reasons of use that are most relevant and considered appropriate to measure the indicators in the unit of analysis of this study. This research was conducted on a sample of 20 video reviews by AutonetMagz on YouTube social media, which were selected based on the 20 most recent videos. With the limitation of the latest video is the latest review posted by AutonetMagz at the time of this study, which is March 2020. This study found that the entire sample had applied objectivity. The application of objectivity is seen from several research indicators that have been fulfilled. However, the entire sample still does not meet objectivity indicators perfectly.

Keywords : Content Analysis, Objektivty, Review, AutonetMagz

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Skripsi ini membahas mengenai gambaran objektivitas pada video *review* otomotif pada akun *YouTube* milik AutonetMagz, yaitu portal berita yang berorientasi pada pembahasan-pembahasan khusus seputar otomotif. Skripsi ini menggunakan metode penelitian analisis isi berdasar paradigma kuantitatif. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat terkhusus bagi ranah akademis maupun pada bidang praktis terutama media seperti tema yang dibahas pada skripsi ini.

Secara pribadi, peneliti bersyukur kepada Allah SWT dan berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini. Pada akhirnya, semua ditentukan oleh diri sendiri. Oleh karena itu, jangan pernah menyerah dalam hal apapun. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini meski telah disusun dengan cermat dan sebaik-baiknya, masih banyak kekurangan yang mungkin tidak disadari oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti harap agar dimaafkan dan kritik saran apabila berkenan. Akhir kata, selamat membaca dan mengambil manfaat dari penelitian ini. Tetap semangat dan tetap bermanfaat.

Bekasi, 31 Mei 2020

Yoga Nawaki Helmi Mustafa