

KATA PENGANTAR

Segala pujian syukur kepada Tuhanku Yesus Kristus, karena kasih dan penyertaannya tugas akhir dengan judul “**Strategi Motovlogger Dalam Mengelola Vlog Untuk Memberikan Informasi Di Youtube**” dapat diselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, yaitu:

- 1) Istriku Fiji Aguw, dan anak-anakku Christopher Patrick dan Christafiona Patricia yang selalu menjadi sumber penghiburanku,
- 2) Mama Ratih, Papa Berty dan Mama Theresiayang penuh cinta kasih memberikan doa-doanya, juga kesediaannya untuk turut menjaga anak-anakku sementara aku sibuk fokus dengan pembuatan tesis ini,
- 3) Papa Bambang Widarto yang selalu menjadi tempat terbaik untuk berdiskusi tentang segala hal. Walaupun Papa sudah berbahagia di Surga, namun semangat yang Papa berikan tetap hadir hingga saat ini.
- 4) Dr. Rizaldi Parani S.Sos., M.I.R. selaku pembimbing utama yang telah membimbing saya dan teman-teman dengan profesional dan menggelegar.
- 5) Dr. Benedictus A. Simangunsong S. IP. M.Si selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Ilmu Komunikasi yang senantiasa menyediakan waktu untuk berdiskusi dan mengarahkan saya di perjalanan tesis ini.
- 6) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 7) Retha, Adi Sus, Gondes Motovlog, Mas Arie Indra Perkasa, Saonone Motovlog, Juju Motovlogger, dan Den Dimas yang telah bersedia bekerjasama membagikan pengalamannya dan pengetahuannya

- 8) Rekan-rekan sekelas seperjuangan MIKOM Batch 19, khususnya group Para Pemburu Toga; Siva, Ivan, John, Rista, Juve, dan Prisca, yang selalu memberikan dukungan secara maksimal walaupun masing-masing sangat sibuk
- 9) Sahabat-sahabatku Didit, Rudy, Christian, Paulus, Tami, dan Agnes yang selalu ada dan menemani dalam suka duka tugas akhir ini.
- 10) Seluruh staff dan karyawan UPH Pasca Sarjana, khususnya Astrid yang senyumnya tidak pernah libur dari awal perkuliahan hingga akhir, terimakasih telah melayani segala urusan administrasi kami sehingga kami dapat menyelesaikan studi dengan baik.
- 11) Pengelola areal parkir motor Universitas Atmajaya yang telah sangat membantu saya dalam menghemat biaya parkir di sepanjang perkuliahan ini

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam tesis ini. Oleh karenanya, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk memperkaya pengetahuan penulis. Pada akhirnya penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk banyak orang, khususnya bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Juni 2019

LEONARDUS ARYO

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi-vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x-xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	
2.1 Objek Penelitian.....	14
2.1.1 Youtube.....	14
2.1.2 Channel Den Dimas.....	17
2.1.3 Channel Arie Perkasa.....	20
2.1.4 Channel Gondes Motovlog.....	22
2.1.5 Channel Saonone Motovlog.....	24
2.1.6 Channel Juju Motovlogger.....	25
2.2 Subjek Penelitian.....	26
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
3.1 Kerangka Teori.....	28
3.1.1 Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory).....	28
3.2 Kerangka Konseptual.....	30
3.2.1 Komunikasi.....	31
3.2.2 Strategi Komunikasi.....	31

3.2.3 Internet.....	35
3.2.3 Media Sosial.....	36
3.2.4 Blog.....	37
3.2.5 Video Blog.....	39
3.2.5.1 Motovlog.....	39
3.3 Kerangka Pemikiran.....	41
 BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Paradigma Konstruktivisme.....	44
4.2 Metode Penelitian.....	45
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
4.3.1 Wawancara Mendalam.....	48
4.3.2 Observasi.....	49
4.3.3 Kajian Kepustakaan.....	49
4.3.4 Cara Pemilihan Informan.....	49
4.4 Pengolahan Data dan Rencana Analisis Data.....	50
4.4.1 Pengolahan Data.....	50
4.4.2 Analisis Data.....	51
4.5 Kualitas Keabsahan Data.....	52
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian.....	54
5.2 Pembahasan.....	66
5.2.1 Strategi Pengelolaan Motovlog.....	67
1. Tahap riset sebelum proses produksi.....	67
2. Tahap pre-script.....	69
3. Tahap editorial dalam pembuatan motovlog.....	69
4. Tahap mengunggah video ke Youtube.....	70
5. Memiliki tujuan promosi.....	72
6. Menjadi sumber inspirasi.....	73
7. Informasi yang diberikan dalam motovlog.....	74
8. Informasi mengarah pada safety riding.....	75
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran Penelitian.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Youtube.....	15
Gambar 2.2 Halaman muka situs Youtube.....	16
Gambar 2.3 Tampilan situs Youtube.com.....	17
Gambar 2.4 <i>Channel</i> Youtube Den Dimas.....	18
Gambar 2.5 <i>Playlist motovlog channel</i> Den Dimas.....	18
Gambar 2.6 Tampilan isi <i>playlist</i> “Ngoceh Ngga Karuan”.....	19
Gambar 2.7 Tampilan isi <i>playlist</i> “Nyobain Motor”.....	19
Gambar 2.8 Tampilan isi <i>playlist</i> “Jalan-Jalan”.....	20
Gambar 2.9 Tampilan isi <i>playlist</i> “Riding Rame-rame”.....	20
Gambar 2.10 <i>Channel</i> Youtube Arie Perkasa.....	21
Gambar 2.11 Tampilan <i>playlist channel</i> Arie Perkasa.....	22
Gambar 2.12 <i>Channel</i> Youtube Gondes Motovlog.....	23
Gambar 2.13 <i>Playlist channel</i> Gondes Motovlog.....	23
Gambar 2.14 <i>Channel</i> Youtube Saonone Motovlog.....	24
Gambar 2.15 <i>Playlist channel</i> Saonone Motovlog.....	25
Gambar 2.16 <i>Channel</i> Youtube Juju Motovlogger.....	26
Gambar 3.1 Tampilan dasar sebuah <i>blog</i>	38
Gambar 3.2 <i>Action camera</i> untuk <i>motovlogging</i>	40

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Komposisi pengguna internet di Indonesia tahun 2017.....	2
Tabel 1.2 Layanan internet yang sering diakses.....	3
Tabel 1.3 Statistik pengguna media sosial usia dewasa di Amerika Serikat.....	4
Tabel 1.4 Prosentase pengguna aplikasi media sosial di Indonesia.....	5
Tabel 3.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Tabel 5.1 Nama informan dan singkatan.....	54
Tabel 5.2 Tentang pemahaman motovlog.....	55
Tabel 5.3 Latar belakang pengetahuan otomotif.....	55-56
Tabel 5.4 Motivasi membuat motovlog.....	57
Tabel 5.5 Tujuan sosial membuat motovlog.....	58-59
Tabel 5.6 Informasi yang diberikan.....	59-60
Tabel 5.7 Waktu yang dibutuhkan untuk membuat motovlog.....	60-61
Tabel 5.8 Proses pembuatan motovlog.....	61-62
Tabel 5.9 Cara meraih banyak penonton.....	62-63
Tabel 5.10 Strategi diferensiasi antar motovlogger.....	63-64
Tabel 5.11 Hambatan dalam membuat motovlog.....	64-65
Tabel 5.12 Alasan memilih Youtube.....	65-66
Tabel 5.13 <i>Media Ecology</i> dalam motovlog.....	74-75
Tabel 5.14 Partisipasi motovlogger di media Youtube.....	76-77
Tabel 5.15 “Kekayaan” motovlog dalam teori kekayaan media.....	78