

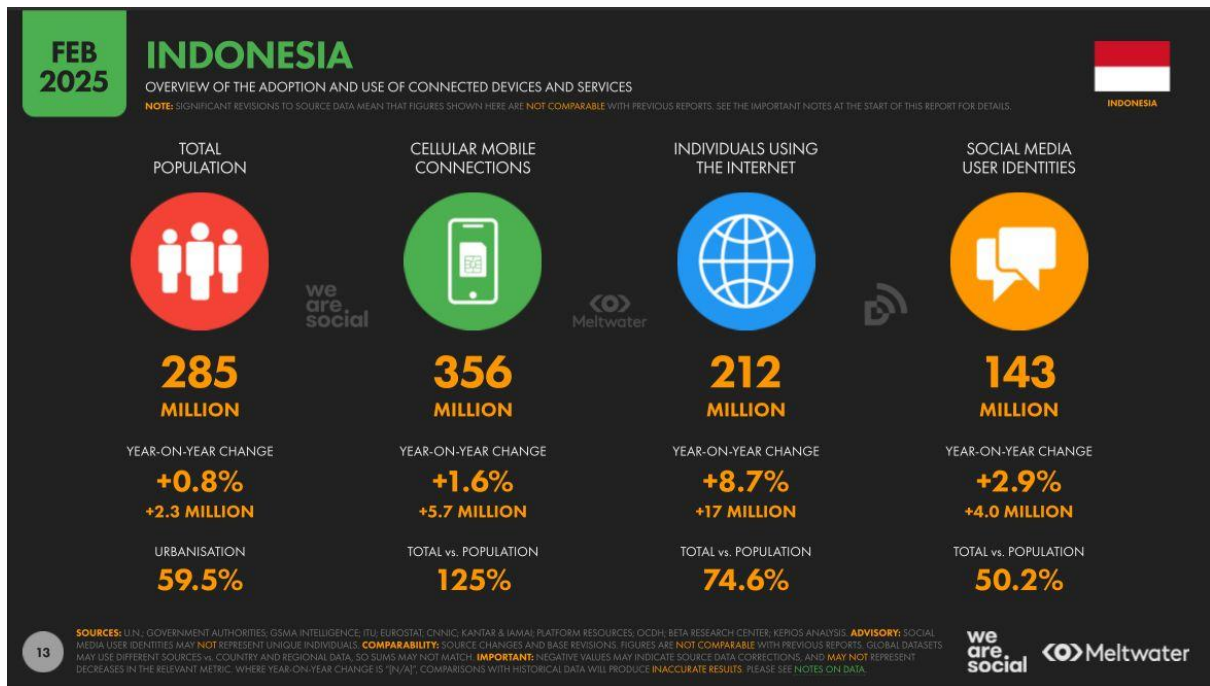
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

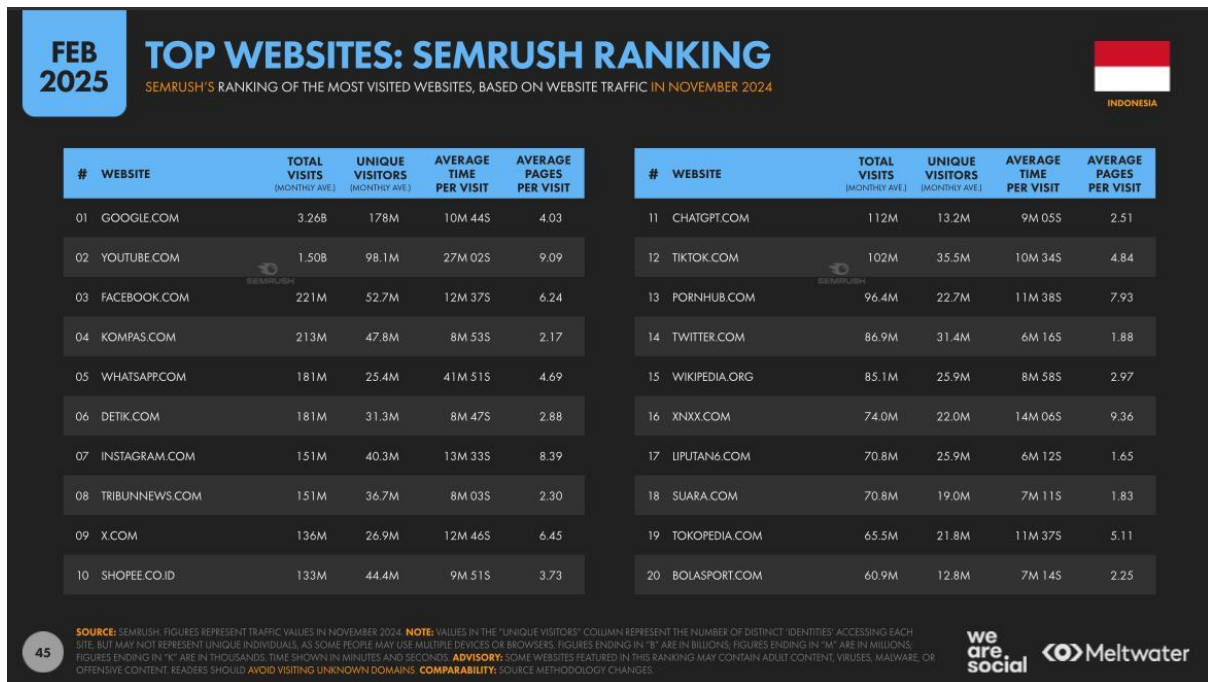
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuat perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan menggunakan media. Contoh salah satu bentuk media yang mengalami perkembangan pesat saat ini ialah Youtube, adalah sebuah platform berbagai video yang memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga bisa menjadi produsen konten. Fenomena ini sudah menciptakan berbagai konten kreatif, termasuk dalam bidang otomotif, yang cukup dikenal dalam kategori ini adalah channel milik Ghofar Hilman, yang memberikan konten otomotif dengan gaya santai, penuh opini dan sarat akan nilai-nilai budaya populer.

Media sosial ialah medium dalam internet yang menjadi mungkin penggunaanya merepresentasikan dirinya ataupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berinteraksi dengan pengguna lain membuat sebuah ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang menjurus pada makna bersosial ialah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*comunicate*) dan kerjasama (*co-operation*) (Nasrullah, 2015). Media sosial memungkinkan penggunaanya untuk dapat berinteraksi sesuai keinginannya. Penggunaanya dapat dengan leluasa membuat, membagikan, dan mendiskusikan berbagai hal melalui beragam platform media sosial, baik dalam bentuk teks, gambar, video, maupun audio, selama tetap terhubung dengan internet. Berikut adalah infografis pengguna internet di Indonesia pada tahun 2025.



Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia
Sumber: We Are Social

Dari infografis di atas melihtakan bagaimana berkembangnya pengguna media sosial di Indonesia, sebanyak 143 juta menggunakan media sosial (50.2% dari total populasi) hal ini menunjukkan setengah penduduk Indonesia menggunakan media sosial. Banyaknya pengguna media sosial dapat dipicu dari berbagai niat dan tujuan individu dalam menggunakannya. Alasan banyak orang menggunakan media sosial adalah banyak hal yang bisa dilakukan seperti contohnya berinteraksi dengan keluarga dan teman, mencari informasi, mencari hiburan, sampai menjadikan media sosial sebagai ladang mencari penghasilan atau pekerjaan. Selain itu media sosial juga sangat mudah dan sederhana untuk diakses. Hal itu menjadikan media sosial adalah pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan seseorang.



Gambar 1. 2 Tabel Situs Yang Sering Dikunjungi di Indonesia

Sumber: We Are Social

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa Youtube.com menempati posisi kedua setelah Google.com. Hal itu karena Youtube menjadi salah satu media sosial yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia dalam mencari suatu informasi, maupun hanya sekedar mencari hiburan semata dalam bentuk audio visual.

Youtube merupakan salah satu platform video terbesar di dunia yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video, menonton, membagikan, maupun berinteraksi dengan berbagai jenis konten audio visual secara *online*. Youtube memiliki beragam jenis konten audio visual antara lain, *vlog*, tips dan trik, wisata dan acara, permainan, hiburan, berita, olahraga, wisata, musik, edukasi, pengetahuan umum, serta otomotif (Pratama & Herika Hermanu, 2022). Karena banyaknya pilihan yang tersedia di Youtube, pengguna dapat mencari informasi yang sedang ia perlukan dan hal yang menarik sesuai yang ia minati. Hal itu membuat Youtube sebagai media sosial yang berharga dan memiliki banyak fungsi (Saputra et al., 2025).

Konten otomotif merupakan jenis konten yang mengulas berbagai aspek terkait alat transportasi, terutama mobil dan sepeda motor. Pembahasan dalam

konten ini mencakup uraian mengenai komponen teknis, seperti mesin, bahan bakar, sistem pelumasan, serta berbagai sistem pendukung lainnya. Kehadiran konten otomotif diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat agar mampu merawat kendaraannya secara tepat sekaligus memahami perkembangan teknologi kendaraan masa kini. Selain itu, konten otomotif juga membantu audiens mengenali kelebihan dan kekurangan suatu teknologi kendaraan, sehingga mereka memperoleh gambaran menyeluruh mengenai dunia otomotif dan inovasi yang menyertainya (Pratama & Herika Hermanu, 2022).

Salah satu *Content Creator* yang membahas tentang otomotif adalah Abdul Gofar Hilman, atau lebih sering dikenal Gofar Hilman adalah seorang penyiar radio, pembawa acara, aktor, Youtuber, dan pengusaha asal Indonesia. Dalam konten Youtube-nya Gofar selain ia memiliki konten *Podcast* yang dinamai *Grind Boys*, Gofar juga mempunyai konten yang membahas otomotif yang dikenal dengan nama #SEKUTOMOTIF. Saat ini kanal Youtube Gofar Hilman yang berdiri sejak 8 Juli 2012 ini sekarang memiliki 1,44 juta pengikut dengan 1,6 ribu video total keseluruhan di luar video #SEKUTOMOTIF.



Gambar 1.3 Beranda Kanal Youtube Gofar Hilman

Sumber: Kanal Youtube Gofar Hilman

Channel Youtube Gofar Hilman tidak hanya menyuguhkan konten otomotif, tetapi juga memadukan dengan narasi personal, gaya hidup, dan wawancara tokoh-tokoh otomotif. Salah satu konten #SEKUTOMOTIF yang memiliki banyak penonton berjudul “Beli 500 Ribu, Ditawar 1 Milyar! Morris Minor Punya Rano Karno #Sekutomotif” dalam video tersebut, tembus 11 juta penonton dengan total 91 ribu orang yang menyukai, video tersebut dipublikasikan pada tanggal 29 Juni

2019. Gofar dalam video tersebut membahas secara mendalam mengenai Oplet legendaris dari sinetron *Si Doel Anak Sekolahan*. Oplet itu adalah mobil klasik jenis *Morris Minor 1000 Traveller* yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia sebagai kendaraan yang digunakan oleh karakter utama, Si Doel. Selain membahas spesifikasi teknis dari mobil tersebut, Gofar juga menyampaikan mobil tersebut bukan hanya sekedar alat transportasi melainkan bagian dari memori kolektif masyarakat Indonesia terhadap salah satu sinetron paling berpengaruh pada masanya.

Dalam perkembangan konten otomotif di YouTube, setiap *content creator* memiliki karakteristik penyampaian yang berbeda dalam membangun audiensnya. Beberapa kreator otomotif cenderung menampilkan pembahasan yang bersifat formal dan teknis, sementara kreator lainnya menggabungkan unsur hiburan, gaya hidup, dan budaya populer dalam penyampaian kontennya. Perbedaan gaya komunikasi tersebut memengaruhi cara audiens memahami dan memaknai informasi yang disampaikan. Dalam konteks ini, Gofar Hilman memiliki karakter penyampaian yang lebih santai, humoris, dan dekat dengan budaya anak muda, sehingga konten otomotif yang disajikan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi teknis, tetapi juga sebagai hiburan digital yang mudah diakses oleh berbagai kalangan audiens.

Gaya komunikasi Gofar Hilman yang santai dan tidak terlalu formal memungkinkan konten otomotif lebih mudah diterima oleh audiens muda, termasuk mahasiswa Teknik Mesin. Penyampaian yang memadukan unsur hiburan, pengalaman personal, dan pembahasan teknis menjadikan konten tersebut menarik untuk dikaji melalui perspektif resepsi audiens. Latar belakang mahasiswa Teknik Mesin yang berkaitan dengan dunia otomotif memungkinkan munculnya proses pemaknaan yang beragam terhadap informasi teknis maupun gaya penyampaian yang ditampilkan dalam konten.

Dalam ilmu komunikasi, variasi dalam penerimaan pesan inilah yang menjadi kajian utama dari teori resepsi. Melalui teori ini, dapat diketahui sejauh mana sebuah pesan media diterima secara dominan, ditentang, dan dinegosiasikan oleh khalayak. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana resepsi

mahasiswa Teknik Mesin Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) terhadap konten Youtube yang disajikan oleh Gofar Hilman.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemaknaan Mahasiswa Teknik Mesin UMM terhadap pesan yang disampaikan dalam konten otomotif pada Channel Youtube Gofar Hilman?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan pemaknaan mahasiswa Teknik Mesin UMM terhadap pesan yang disampaikan dalam konten otomotif seri #SEKUTOMOTIF pada channel YouTube Gofar Hilman.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada khalayak.

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian literatur ilmu komunikasi tentang teori resepsi, khususnya dalam hal yang berkaitan analisis penerimaan audiens terhadap konten otomotif pada *new media* atau media baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

Selain manfaat akademis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi mahasiswa Teknik Mesin UMM

Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana konten otomotif di media digital, khususnya YouTube, dapat menjadi sumber pengetahuan tambahan sekaligus hiburan. Mahasiswa dapat memanfaatkan konten tersebut sebagai referensi informal untuk memperluas pemahaman mereka tentang dunia otomotif di luar materi perkuliahan.

b. Bagi *content creator*, khususnya Gofar Hilman

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan berharga mengenai bagaimana audiens dengan latar belakang teknik memaknai konten yang disajikan. Dengan demikian, kreator dapat menyesuaikan gaya penyampaian, topik,

maupun format agar lebih relevan dan bermanfaat bagi segmen audiens tertentu.

c. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten otomotif tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki potensi edukatif. Hal ini dapat mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam mengonsumsi konten digital serta memanfaatkannya sebagai sarana pembelajaran yang ringan namun informatif.

