

ANALISIS ISI JOHN FISKE PADA ISI PESAN MORAL AKUN YOUTUBE OM MOBI DALAM EPISODE “MOBIL-MOBIL PALING TIDAK SUKA DI IIMS 2024”

Reyhan Fadhil Santoso

Universitas Muhammadiyah Surakarta
reyhanfadhil2568@gmail.com

Abstract : – *This study aims to analyze the moral messages contained in the YouTube video entitled "Mobil-Mobil Paling Dislike di IIMS 2024" uploaded by the Om Mobi account, using the content analysis approach according to John Fiske. This approach emphasizes two levels of meaning, namely the level of reality and the level of representation, which can reveal how the message is conveyed and perceived by the audience. Through a descriptive qualitative method, researchers examine the narrative, visual expression, and delivery style in the video to identify moral values that are inserted explicitly and implicitly. The results of the study show that behind the humorous and critical style that characterizes the Om Mobi and Fitra Eri accounts, there are a number of moral messages such as the importance of honesty in giving opinions, respect for the vehicle production process, and education for automotive consumers to be more selective and critical. Thus, content that seems light and entertaining actually contains deep meaning that can shape the audience's perspective on the automotive world in a more reflective way.*

Submit: **Keyword :** *content analysis, John Fiske, moral message, YouTube, Om Mobi, IIMS 2024*

Review:

Publish:

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan moral yang terkandung dalam video YouTube berjudul “Mobil-Mobil Paling Tidak Suka di IIMS 2024” yang diunggah oleh akun *Om Mobi*, dengan menggunakan pendekatan analisis isi menurut John Fiske. Pendekatan ini menekankan pada dua level makna, yaitu *level realitas* dan *level representasi*, yang dapat mengungkap bagaimana pesan disampaikan dan dipersepsi oleh penonton. Melalui metode kualitatif deskriptif, peneliti menelaah narasi, ekspresi visual, serta gaya penyampaian dalam video untuk mengidentifikasi nilai-nilai moral yang disisipkan secara eksplisit maupun implisit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di balik gaya humoris dan kritis yang menjadi ciri khas akun *Om Mobi* dan *fitra eri*, terselip sejumlah pesan moral seperti pentingnya kejujuran dalam memberikan opini, penghargaan terhadap proses produksi kendaraan, serta edukasi terhadap konsumen otomotif agar lebih selektif dan kritis. Dengan demikian, konten yang tampak ringan dan menghibur ternyata menyimpan makna mendalam yang dapat membentuk cara pandang audiens terhadap dunia otomotif secara lebih reflektif.

Kata Kunci : analisis isi, John Fiske, pesan moral, YouTube, Om Mobi, IIMS 2024

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih dapat memudahkan kita dalam mengakses berbagai informasi yang ada. Dimulai dari perkembangan zaman dan didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih dan pesat membuat aktivitas komunikasi menjadi semakin efektif dan dengan adanya teknologi era baru dalam media pun ikut terbentuk. (Nasrulloh, R. 2021)

Komunikasi merupakan suatu proses yang terjadi dalam kehidupan antar individu sampai menggunakan media yang biasa dikenal dengan media massa. Berbagai media komunikasi yang bersifat audio maupun visual ikut serta hadir dengan seiring berjalannya kemajuan teknologi. Media sebagai sarana komunikasi sangatlah penting bagi khalayak, selain untuk mencari atau untuk mendapatkan suatu informasi, media juga menyediakan berbagai konten yang dapat menjadi hiburan bagi khalayak yang terdapat pesan-pesan moral atau edukasi yang terkandung didalamnya. (Wiharjo, K. E. T. 2022)

Proses komunikasi adalah pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) pada orang lain (komunikan) Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari dan akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran perasaan tidak terkontrol. *Mass Communication* atau sering disebut dengan Komunikasi Massa adalah proses penyampaian pesan yang terdiri dari informasi dan gagasan kepada publik melalui media massa seperti media cetak, media elektronik dan media *online (internet)*. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang bersifat terbuka, dimana orang dapat melihat, membaca dan mendengar. Telah hadir media dengan wujud baru dari media massa yang dinamakan *new media*. Media dan teknologi baru telah memberikan cara baru bagi kita untuk memperoleh informasi dan gagasan, cara baru untuk berinteraksi dengan teman hingga orang asing. (Sagala, A. R. 2021)

Pesan moral merupakan sebuah pembelajaran tentang sikap baik atau buruknya perbuatan dan kelakuan (akhlak) seseorang. Sementara menurut Wila Huky, yang dikutip oleh Bambang Daroeso telah merumuskan pengertian secara komprehensif sebagai tingkah laku hidup dengan warna dasar tertentu yang dipegang oleh kelompok manusia tertentu. Untuk saat ini nilai moral sangatlah berperan penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia terutama di usia remaja. Hal tersebut disebabkan oleh masa pertumbuhan menuju remaja yang terbilang masih labil. Oleh sebab itu mereka melakukan hal yang

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

dianggap seperti tidak ketinggalan zaman. Hal inilah yang dibilang sebagai krisis moral. (Rafku, M. 2023)

YouTube sendiri memiliki berbagai macam isi konten, dari yang awal mulanya hanya digunakan sebagai wadah untuk berbagi video, kini YouTube sudah mulai digunakan dalam berbagai macam hal, seperti halnya untuk urusan bisnis bagi para pebisnis yang ingin mempromosikan usahanya melalui platform YouTube dan ada juga yang memakai platform YouTube sebagai media untuk berkarya melalui video, film pendek dan juga podcast yang bertujuan untuk memberikan pesan dan edukasi kepada khalayak ataupun penonton. Penyampaian informasi melalui platform YouTube kini dapat dilakukan dengan cepat. (Ilhan Ramadhani, I. (2023)

Terdapat sekian banyak vlogger otomotif di Indonesia, sosok Om Mobi merupakan salah satu vlogger otomotif yang memiliki dampak besar bagi penonton YouTube, dengan jumlah pengikut mencapai 1,44 jt juta subscribers per 8 September 2024 dengan jumlah video yang sudah di unggah sebanyak 1.035 video dan sudah mendapatkan verified dari YouTube. Om Mobi dalam kanal Youtube Otodriver menjadi salah satu sama punya bengkel Awal pembuatan konten YouTube hanya seputar kesehariannya di YouTube om mobi.

Om Mobi memiliki channel YouTube sejak sepuluh tahun yang lalu. Awalnya, konten yang dibawakan channel YouTube Om Mobi hanya berupa video mobil-mobil biasa dan terbaru yang sedang trending. Barulah beberapa tahun setelahnya, ia mulai mengunggah video dengan konten dunia otomotif yang lebih eksklusif .

Om Mobi seorang youtuber Indonesia yang telah berhasil menciptakan konten-konten yang menginspirasi dan bernuansa edukatif dan jujur, Bisa dilihat dalam semua video yang di unggah Om Mobi dalam kanal youtube nya, namun ada satu video yang paling sempat viral pada bulan Februari 2024 yakni pada video yang berjudul "MOBIL-MOBIL PALING TIDAK SUKA DI IIMS 2024".

Dalam video ini menembus 769.629 penonton yang melihat nya dengan jumlah yang menyukai nya sebanyak 17 ribu orang, video tersebut diunggah pada tanggal 18 Februari 2024. Om Mobi di dalam video tersebut membahas soal mobil-mobil paling tidak disukai di IIMS (Indonesia International Motor Show) tahun 2024. Mobil-mobil tersebut sebenarnya memiliki standar kelayakan dalam berkendara namun ada beberapa oknum atau mark up harga dalam penjualan mobil tersebut juga dilakukan oleh sales yang akhirnya memberi kesan kurang baik di masyarakat.

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Sebagai seorang vlogger otomotif, tentu saja Om Mobi melakukan proses pembentukan diri sebagai expertise otomotif. Melalui sebuah tayangan youtube yang, diperoleh jumlah pengikut dan penonton yang tinggi. Tidak jarang pula videonya menjadi trending di YouTube, Maka dari situlah peneliti mengambil konten youtube dari kanal Om Mobi dalam penelitian ini.

Secara konseptual, etika jika dihubungkan dengan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Etika dapat dikatakan sebagai perangai atau tingkah laku seseorang. Etika sangat penting sehingga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Etika merupakan pembeda manusia dengan makhluk lainnya, sebab manusia tanpa etika, kehilangan derajatnya sebagai hamba Allah paling mulia. Moralitas atau moral merupakan suatu orientasi aktivitas yang impersonal. Tindakan demi kepentingan diri sendiri tidak pernah dianggap bersifat moral. Tetapi jika perilaku yang bersifat moral tidak diorientasikan kepada diri sendiri, obyek manakah yang pantas menjadi fokusnya? “Karena orang lain tidak dapat menuntut secara sah kepuasan yang jika ditujukan kepada diri kita sendiri akan bersifat amoral, maka objek perilaku moral haruslah sesuatu yang berada di luar diri seseorang atau di luar seseorang sejumlah orang dari sejumlah orang lain”

Dan hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisis isi berupa video unggahan ini. Disini peneliti menggunakan analisis isi deskriptif John Fiske (1990) dimana peneliti memfokuskan kepada isi pesan moral yang terkandung dalam YouTube Om Mobi dengan data yang berupa dua bentuk aliran, yaitu aliran pesan tampak (*manifest*) dan aliran pesan tak tampak (*latent*) dimana analisis ini cenderung menggunakan metode ini.

Penelitian terdahulu yang berjudul yang berkaitan dengan penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Ady Loekmana Apriansyah tahun 2018 yang berjudul “Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film “Moana” Produksi Walt Disney” dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa Pesan moral psikologis dalam film Moana yang memberikan pesan moral dalam setiap potongan filmnya. Dan film tersebut menyampaikan pesan bahwa ketakutan akan mengaburkan jati diri kita sebenarnya dan luka hati tidak menggambarkan siapa diri kita. Peneliti menerapkan dengan teori Roland Barthes yaitu untuk membahas makna denotasi, konotasi dan mitos.

Kemudian ada juga penelitian lain yang serupa yaitu dari Alfanti Nanda Maulana 2019 yang berjudul “Analisis Isi Pesan Edukasi Dalam Serial Animasi Omar & Hana” dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa Dari hasil penelitian tersebut peneliti menemukan analisis isi terhadap pesan pada animasi omar & hana yang disampaikan melalui bentuk gambar, percakapan atau dialog. Dari

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

animasi tersebut dapat dikategorikan menjadi kategori edukasi yang diantaranya, religi meliputi kaidah, akhlak dan syari'ah. Adapun nilai moral yaitu meliputi berani, jujur, percaya diri, kreatif, sabar, ceria, disiplin dan tanggung jawab. Secara keseluruhan, dari segi konten pesan yang disampaikan oleh Omar & Hana bersifat persuasif, yaitu mengajak khalayak untuk berperilaku baik dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang – orang sekitar kita.

Berdasarkan fakta yang sebenarnya dan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apa isi pesan moral yang terkandung pada kanal youtube Om Mobi dalam episode “Mobil-Mobil Paling Tidak Suka Di IIMS 2024”.

Menurut Neuendorf (2002:10) yang menjelaskan bahwa Analisis isi adalah sebuah peringkasan (*summarizing*), kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah dan tidak dibatasi untuk jenis variabel tertentu atau konteks dimana pesan dibentuk dan ditampilkan. Menurut Holsti (1969:14) Analisis isi adalah suatu metode penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik.

Analisis isi adalah landasan penting untuk memahami bagaimana simbol-simbol dan tanda dalam pesan moral dalam konten youtube dapat merentangkan penghubung dalam konteks komunikasi. Sebagai cabang studi yang mengeksplorasi tanda dan makna, membuka jendela untuk memahami cara pesan politik disampaikan dan diterima melalui simbol-simbol dalam konten video. (Asfar, I. T., & Taufan, I. 2019)

Dalam konteks analisis isi, kita melihat bagaimana tanda-tanda dalam konten youtube membentuk pesan moral dan menciptakan makna yang dapat diinterpretasikan oleh penonton. Dalam analisis isi berbasis tanda-tanda yang terdiri dari dua bagian: *signifier* (penanda) dan *signified* (penandaan). Dalam konten youtube om mobi, *signifier* dapat berupa gambar, kata, atau elemen visual lainnya, sedangkan *signified* adalah makna yang terkandung di dalamnya. Misalnya, penggunaan warna tertentu dalam film dapat menjadi *signifier* yang mengkomunikasikan makna tertentu terkait dengan isi pesan moral. (Harisah, M. 2019)

Secara umum moral adalah ajaran tentang baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, akhlak, budi pekerti, asusila, dan sebagainya. Istilah “bermoral” berarti mempunyai pertimbangan baik buruk. Menurut Lillie, kata moral berasal dari kata *morun les* (Bahasa latin) yang berarti tata cara dalam kehidupan atau adat istiadat. Dewey mengatakan bahwa moral sebagai hal-hal yang berhubungan dengan nilai Susila sedangkan Baron, dkk. mengatakan bahwa moral adalah hal-hal yang berhubungan dengan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

larangan dan tindakan yang membicarakan salah atau benar. (Maulana, D., & Aesthetika, N. M. 2023)

Proses komunikasi merupakan kegiatan yang mendasar dan dilakukan oleh setiap manusia sebagai makhluk sosial. Hal yang terjadi dalam sebuah proses komunikasi, salah satu unsur utamanya yaitu pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan panduan, pemikiran, dan perasaan dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan, anjuran, dan sebagainya (PAHLEVI, G. K. R. (2023).

Pada umumnya pernyataan ini disebut sebagai lambang yang menggunakan Bahasa. Bisa diartikan begitu karena umumnya menggunakan lambang-lambang antara lain: Gerakan anggota tubuh, gambar, warna, dan sebagainya. Diantaranya terdapat banyak lambang yang digunakan untuk berkomunikasi baik yang terjadi sekarang maupun di masa lampau dengan lambang-lambang lainnya yang mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan tersebut dapat bersifat informatif, persuasif, dan koersif (Tuhepaly, N. A. D., & Mazaid, S. A. 2022).

Pada penelitian ini penulis menggunakan moral dengan tolak ukur akal dan manusia, yang berarti pesan tersebut dapat muncul melalui perbuatan dan tingkah laku dalam sebuah adegan maupun dialog yang kemudian di analisis. Dalam pemaparan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa pesan moral adalah perbuatan baik atau buruknya dari tingkah laku seseorang.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif dengan analisis isi model John Fiske (1990). Dimana analisis isi yang dilakukan pada bidang komunikasi cenderung menggunakan metode ini guna mengetahui secara sistematis isi dari sebuah media, seperti (surat kabar, radi, film, dan juga televisi) iklan dan materi public relation. Dalam metode ini data yang dikumpulkan berupa dua bentuk aliran, yaitu aliran pesan yang tampak (manifest) dan tidak tampak (latent).

Jika objek penelitian ini dilakukan mengenai “Analisis Isi Pesan” maka subjek analisa yang saya teliti adalah sebuah video Podcast pada kanal YouTube Om Mobi yang berjudul “Mobil-Mobil Paling Tidak Suka Di IIMS 2024” dengan durasi video 45 menit 22 detik.

Fokus penelitian yang terdapat pada kasus ini, peneliti menggunakan deskriptif kualitatif. Hal ini guna membatasi ruang penelitian yang akan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

dilakukan dan memegang peranan yang sangat penting untuk memandu serta mengarahkan jalannya suatu penelitian. Guna mempermudah dalam proses penelitian yang akan dilakukan maka yang menjadi fokus penelitian adalah: Mengetahui pesan yang tampak dan tak tampak dalam dialog video Om Mobi dan Om Mobi yang dikemas pada konten Om Mobi yang dipublikasikan melalui kanal YouTube dan Memberikan sebuah gambaran mengenai makna dibalik pesan moral dalam video Om Mobi di YouTube.

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data kepustakaan yaitu berupa teks podcast YouTube, jurnal skripsi dan penelitian. Hal tersebut sejalan dengan adanya perincian sebagai berikut:

- a. Sumber Data Primer Data primer dalam penelitian ini merupakan sumber data utama. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa video YouTube yang di upload di channel YouTube Om Mobi pada 18 Feb 2024 yang membahas mengenai ada beberapa oknum atau mark up harga dalam penjualan mobil tersebut juga dilakukan oleh sales yang akhirnya memberi kesan kurang baik di masyarakat.
- b. Sumber Data Sekunder Data sekunder pada penelitian ini merupakan sumber data kedua. Sumber data sekunder yang terdapat pada penelitian ini adalah berupa data – data yang bersumber dari beberapa sumber selain sumber data primer atau acuan yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Adapun beberapa sumber dari data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, media massa, dan karya – karya ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan masalah penelitian terutama referensi yang berbicara mengenai permasalahan terkait.

Teknik Pengumpulan Data Studi Dokumentasi: Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis dokumen. Data yang dianalisis hasil dari dokumentasi, setelah itu peneliti meng-capture setiap scene atau dialog yang menunjukkan adanya informasi percakapan mengenai oknum atau mark up harga dalam penjualan mobil yang berupa kata-kata maupun tindakan. Riset Keperustakaan : Peneliti mengumpulkan data dan membaca dari beberapa sumber seperti buku, jurnal dan internet yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dengan pertimbangan bahwa penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini menggunakan analisis isi model John Fiske, dimana analisis ini memfokuskan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

kepada cara menyesuaikan karakteristik isi yang tampak (manifest) dan tidak tampak (laten) sesuai dengan teori John Fiske (1990)

Dalam penerapannya, aliran transmisi melahirkan teknik analisis isi kuantitatif (quantitative content analysis), yang berpusat pada menghitung dan mengukur secara akurat aspek atau dimensi dari teks. Sementara pada aliran produksi dan pembentukan makna, yang terjadi adalah menghasilkan beragam metode analisis seperti analisis framing, wacana, semiotika, naratif. Semua aliran ini memiliki satu kesamaan, yakni menekankan pada penafsiran atau pemaknaan. Setelah peneliti melakukan klarifikasi isi pesan moral, pada proses selanjutnya peneliti akan dapat dengan mudah untuk menarik kesimpulan dari kasus yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang telah dikemukakan dalam tujuan penelitian, peneliti akan menjelaskan hasil dari analisis isi kualitatif pesan moral tentang ANALISIS TEORI JOHN FISKE PADA ISI PESAN MORAL AKUN YOUTUBE OM MOBI DALAM EPISODE “MOBIL-MOBIL PALING TIDAK SUKA DI IIMS 2024” di platform YouTube. Dalam hal ini peneliti mendapatkan hasil analisis dengan cara mengamati objek penelitian dan membedahnya dengan menggunakan proses analisis yang tampak (manifest) dan yang tidak tampak (latent).

Dalam penelitian ini merupakan penyampaian pesan dari peneliti kepada khalayak atau penonton serial Podcast tersebut agar dapat menerima ataupun memahami isi konteks pesan – pesan yang mengandung nilai moral.

Pembagian kategori analisis isi yang dilakukan dalam penelitian ini diperinci kembali menjadi per-scene, dimana setiap dialog akan di data agar dapat membantu proses pengumpulan data yang kemudian akan dilanjutkan dengan analisa data sesuai dengan teori analisis isi dari John Fiske 1990, menyatakan bahwa analisis isi dapat digunakan untuk melihat karakteristik isi yang tampak (manifes) maupun tidak tampak (latent). Dari berbagai macam teori yang ada, teori John Fiske inilah yang cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini terkait judul diatas.

Alasan dari peneliti mengapa peneliti menggunakan teori dari John Fiske tentang pesan yang tampak (manifes) dan yang tak tampak (latent) adalah merupakan metode yang tepat untuk menggali lebih dalam terhadap makna yang tersirat dalam pesan di setiap adegan atau dialog yang terpilih.

Penyajian data Scene 1

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Menit ke 00:17-01.58

Pada scene ini om mobi dan fitra eri tersebut mengungkapkan bahwa mobil apa saja yang tidak disukai di Indonesia International Motor Show (IIMS)

Pesan yang terlihat

Melalui scene dialog ini dapat dilihat bahwa Om mobi dan Fitra Eri ingin mereview mobil-mobil yang tidak disukai di pameran IIMS 2024.

Pesan yang tersirat

Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan adalah dengan cara mereview mobil-mobil yang ada di pameran IIMS 2024 tanpa ada rasa malu dengan merek-merek mobil ternama di Indonesia, karena menurut mereka ini adalah kenyataan untuk mendapatkan review yang adil dan jujur itu perlu dari sudut pandang dari pengamat mobil-mobil terbaru yang ada di Indonesia.

Pesan moral dan Kesimpulan Jika kalian sedang dilanda oleh keraguan yang besar seperti halnya tidak mendapatkan pandangan review yang adil dan jujur di pameran mobil, janganlah kalian malu bertanya dan berani mengkritik terkait keraguan untuk membeli mobil. Tetapi bergeraklah dengan cara angkat suara dan mengumpulkan data-data yang bisa membuktikan bahwa kalian benar.

Scene 2

Menit ke 02:00-04.52

Pada scene ini om mobi dan fitra eri menjelaskan mobil-mobil Mitsubishi apa saja yang tidak disukai di IIMS 2024

Pesan yang terlihat

Melalui scene dialog ini dapat dilihat bahwa Om mobi dan Fitra Eri ingin mereview mobil Pajero sport ukuran 4x2 yang dimana mobil tersebut sering digunakan oknum pemerintah untuk memberikan prioritas jalan saat di jalanan.

Pesan yang tersirat

Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan adalah dengan cara mereview mobil Pajero sport ukuran 4x2 ada kegelisahan dari masyarakat yang sangat tidak disukai yaitu penggunaan sirene polisi di jalan raya dan di jalan tol untuk kepentingan pribadi, seolah-olah ingin dapat prioritas di jalan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Pesan moral dan Kesimpulan

Pesan moral dari situasi tersebut dapat beragam tergantung pada sudut pandang, tetapi secara umum Etika Berkendara yang Baik, Setiap pengguna jalan termasuk mereka yang menggunakan kendaraan pemerintah, seharusnya menghormati aturan lalu lintas dan etika berkendara. Menggunakan kendaraan dengan laju tertentu untuk mendapatkan keistimewaan di jalan dapat menciptakan kesan buruk di masyarakat.

Pentingnya Menggunakan Fasilitas dengan Bijak, Kendaraan dinas pemerintah diberikan untuk menunjang pekerjaan, bukan untuk penyalahgunaan seperti memotong jalur tanpa laju yang sah. Menghormati fungsi kendaraan ini adalah bagian dari tanggung jawab sebagai pejabat negara

Scene 3

Menit ke 04:53-06.50

Pada scene ini om mobi dan Fitra Eri menjelaskan mobil-mobil Morris Garage apa saja yang tidak disukai di IIMS 2024

Pesan yang terlihat

Melalui scene dialog ini dapat dilihat bahwa Om mobi dan Fitra Eri ingin mereview mobil MG 5 GT yang dimana mobil tersebut tidak ada elektrifikasi apapun di mobil ini padahal MG sudah mulai masuk ke era elektrik dan mirip Mercedes cuma tinggal ganti logo.

Pesan yang tersirat

Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan adalah Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan adalah Kritik terhadap Pilihan Strategi Produk Ketika pasar mulai mengarah pada elektrifikasi dan teknologi ramah lingkungan, mempertahankan mobil tanpa elemen elektrik bisa dilihat sebagai strategi yang stagnan. Pesan ini mungkin menyoroti pentingnya inovasi yang berkelanjutan

Pesan moral dan Kesimpulan

Pesan moral dari situasi tersebut dapat beragam tergantung pada sudut pandang, tetapi secara umum Inovasi Harus Selaras dengan Tren Global, Industri otomotif sedang bergerak menuju era elektrifikasi sebagai respons terhadap kebutuhan akan kendaraan yang lebih ramah lingkungan. Produsen mobil seperti MG sebaiknya memperhatikan arah ini untuk memastikan produk mereka tetap relevan dan mendukung keberlanjutan.

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Jangan Hanya Fokus pada Penampilan Luar, Mobil dengan desain yang menarik memang menggoda, tetapi tanpa dukungan fitur atau teknologi yang relevan, daya tarik tersebut mungkin tidak bertahan lama. Pesan ini menggarisbawahi pentingnya substansi di balik tampilan.

Scene 4

Menit ke 06:57-11.08

Pada scene ini om mobi dan fitra eri menjelaskan mobil-mobil Suzuki apa saja yang tidak disukai di IIMS 2024

Pesan yang terlihat

Melalui scene dialog ini dapat dilihat bahwa Om mobi dan Fitra Eri ingin mereview mobil Suzuki espresso dan Suzuki jimny yang dimana mobil tersebut khususnya Suzuki espresso mobil untuk market India terus proporsinya kurang bagus dan yang ini masih di engkol dan untuk Suzuki jimny Kenapa baru launching sudah terjadi mark up harga bukan hanya di satu dealer ya hampir di semua dealer dan ada banyak buktinya yang mereka mau beli

Pesan yang tersirat

Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan untuk Suzuki S-Presso Pentingnya Memahami Kebutuhan Pasar Lokal, Desain yang Proporsional Itu Penting, Modernisasi Harus Jadi Prioritas.

Untuk Suzuki Jimny Ketidakadilan dalam Distribusi dan Penjualan, Antusiasme Tinggi Harus Diimbangi dengan Penyediaan yang Memadai, Kepercayaan Konsumen adalah Hal Utama

Pesan moral dan Kesimpulan

Pesan moral dari situasi tersebut Untuk Suzuki S-Presso

Adaptasi Produk itu Penting, Jangan Hanya Fokus pada Harga Murah, Evolusi Teknologi adalah Keharusan.

Sedangkan Pesan moral dari situasi tersebut Untuk Suzuki Jimny Etika Bisnis Harus Dijunjung Tinggi, Manajemen Suplai yang Lebih Baik Dibutuhkan, Harga Kepercayaan Konsumen

Scene 5

Menit ke 11:10-13.49

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Pada scene ini om mobi dan fitra eri menjelaskan mobil-mobil daihatsu apa saja yang tidak disukai di IIMS 2024

Pesan yang terlihat

Melalui scene dialog ini dapat dilihat bahwa Om mobi dan Fitra Eri ingin mereview mobil Daihatsu Terios dan Daihatsu sigra yang dimana mobil tersebut khususnya Daihatsu Terios hanya disukai karena Rear-Wheel Drive dan untuk Daihatsu sigra sering banget parkir sembarangan di jalan ugal-ugalan terlalu pelan. Jadi bikin Saya khawatir ini mobil nyetirnya bener nggak nih karena ini mobil paling terjangkau biasanya buat taksi online

Pesan yang tersirat

Melalui scene adegan ini pesan tersirat (latent) yang disampaikan Untuk Daihatsu Terios Keunikan Teknis Tidak Cukup, Kritik terhadap Pilihan Praktis Konsumen, Ekspektasi Lebih Tinggi untuk Mobil Keluarga

Untuk Daihatsu sigra Tanggung Jawab dalam Berkendara, Stigma terhadap Mobil Murah, Peran Produsen dalam Meningkatkan Kesadaran

Pesan moral dan Kesimpulan

Pesan moral dari situasi tersebut Untuk Daihatsu Terios

Fokus pada Inovasi, Bukan Hanya Satu Fitur Unggulan, Menghargai Beragam Kebutuhan Konsumen

Sedangkan Pesan moral dari situasi tersebut Untuk Daihatsu sigra

Etika Berkendara adalah Tanggung Jawab Bersama, Efisiensi Harus Diimbangi dengan Performa yang Memadai, Pentingnya Keselamatan di Jalan

Pesan Moral Video Youtube Om Mobi

Video YouTube **"MOBIL-MOBIL PALING TIDAK SUKA DI IIMS 2024. FEAT. FITRA ERI"** yang dibuat oleh Om Mobi bersama Fitra Eri memberikan pesan moral yang berkaitan dengan pentingnya memilih mobil dengan bijak dan memahami preferensi serta kebutuhan masing-masing konsumen.

Beberapa pesan moral yang bisa diambil dari video ini adalah:

1. Pemahaman Konsumen terhadap Kebutuhan:

Penting untuk memilih mobil yang sesuai dengan kebutuhan, bukan hanya berdasarkan tren atau popularitas. Hal ini mengingatkan bahwa ada mobil-mobil yang meskipun canggih secara fitur, tidak selalu cocok untuk semua orang atau tidak sesuai dengan ekspektasi di ajang pameran seperti IIMS 2024.

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

2. Kritis dalam Menilai Produk:

Video ini mengajak penonton untuk lebih kritis dalam menilai mobil, terutama saat melihat penawaran yang ada di pameran mobil. Hanya karena mobil terlihat menarik di iklan atau di ajang pameran, belum tentu mobil tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen.

3. Kualitas Lebih Penting daripada Tren:

Di dalam video ini, ada pembahasan tentang mobil-mobil yang mungkin gagal memikat hati para pengunjung IIMS, yang bisa jadi karena fokus pada desain atau fitur yang belum tentu praktis atau memiliki kualitas terbaik. Ini mengingatkan kita untuk tidak hanya terpaku pada hal-hal visual atau tren, tetapi juga memperhatikan kualitas dan fungsi mobil tersebut.

4. Saring sebelum Memilih:

Salah satu pesan penting adalah memilih mobil harus didasarkan pada riset yang matang. Jangan mudah terpengaruh oleh hype, iklan, atau tren sesaat, melainkan harus mempertimbangkan berbagai aspek seperti efisiensi, kenyamanan, dan harga yang sesuai dengan kebutuhan jangka panjang. Secara keseluruhan, video ini mengajarkan kita untuk lebih bijak dan rasional dalam memilih produk, khususnya mobil, dengan tetap memprioritaskan kebutuhan dan kualitas di atas faktor tren semata.

Pesan yang Tampak dalam Episode Tersebut

Pesan yang tampak Dalam episode "Mobil-Mobil Paling Tidak Suka di IIMS 2024", peneliti mampu mengidentifikasi melalui elemen-elemen yang langsung terlihat oleh penonton. Misalnya:

- **Pendapat langsung mengenai mobil:** Om Mobi dan Fitra Eri mengungkapkan mobil-mobil yang menurutnya paling tidak disukai, lengkap dengan alasan yang jelas, seperti masalah kualitas, desain, atau fitur mobil yang tidak memenuhi ekspektasi pasar.
- **Kritik terhadap merek mobil:** Kritik yang disampaikan Om Mobi dan Fitra Eri terhadap merek tertentu juga menjadi bagian dari pesan yang tampak, memberikan gambaran langsung tentang produk yang dibahas.

Pesan ini mudah diterima oleh audiens karena disampaikan dengan jelas dan lugas. Pemirsa dapat langsung memahami apa yang dimaksud oleh Om Mobi dan Fitra Eri tanpa perlu banyak interpretasi.

Pesan yang Tersirat

Pesan yang tersirat dalam episode tersebut lebih kompleks dan terkait dengan konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang ada di balik penilaian Om Mobi dan Fitra Eri terhadap mobil-mobil tersebut. Beberapa pesan tersirat yang mungkin ditemukan antara lain:

- **Nilai-nilai konsumen:** Dengan menyebutkan mobil yang tidak disukai, Om Mobi dan Fitra Eri tidak hanya mengkritik produk tertentu, tetapi juga mencerminkan pandangan terhadap nilai-nilai yang dianut oleh konsumen otomotif di Indonesia, seperti kualitas, desain, dan harga yang terjangkau. Pesan ini dapat dilihat sebagai refleksi dari harapan konsumen terhadap sebuah mobil.
- **Kritik terhadap industri otomotif:** Analisis terhadap mobil yang dipilih bisa jadi juga merupakan kritik terhadap industri otomotif secara keseluruhan, dimana tidak semua merek dapat memenuhi harapan pasar atau menghadirkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- **Pengaruh media sosial:** Sebagai seorang influencer di platform YouTube, Om Mobi dan Fitra Eri juga memberi dampak terhadap opini publik. Ada pesan tersirat bahwa orang-orang cenderung mengikuti pendapat dan kritik dari tokoh-tokoh terkenal dalam memutuskan pilihan mereka, yang menunjukkan bagaimana media sosial dapat membentuk persepsi dan keputusan konsumen.

PENUTUP

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa teori John Fiske dapat diterapkan secara efektif dalam analisis media digital, khususnya dalam melihat bagaimana pesan moral dikomunikasikan melalui video YouTube. Pesan yang disampaikan oleh Om Mobi dan Fitra Eri dalam episode ini tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan wawasan dan informasi yang berguna bagi audiens, dengan menggunakan tanda dan simbol yang mudah dimengerti dan relevan bagi masyarakat urban yang melek teknologi.

Dalam penelitian ini, ditemukan beberapa rangkaian pesan yang terlihat dan pesan yang tersirat yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pesan yang Terlihat (Visible Messages):

Dalam episode ini, Om Mobi menyampaikan pendapat secara langsung mengenai mobil-mobil yang menurutnya paling tidak disukai di ajang IIMS 2024. Pesan yang tampak ini sangat jelas dan mudah dimengerti oleh audiens, yaitu kritik terhadap kualitas, desain, dan fitur mobil yang tidak memenuhi harapan pasar.

Selain itu, Om Mobi memberikan alasan yang logis dan terperinci terkait ketidakpuasan terhadap produk-produk tersebut, yang memperlihatkan objektivitas dalam evaluasi.

Pesan yang Tersirat (Hidden or Implied Messages):

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Di balik kritik yang disampaikan, terdapat pesan moral yang lebih dalam terkait dengan standar kualitas dan harapan konsumen terhadap produk otomotif. Ini mengindikasikan pentingnya bagi produsen mobil untuk memenuhi ekspektasi pasar dalam hal desain, performa, dan inovasi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat kritik terhadap industri otomotif yang belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan konsumen, yang mencerminkan adanya ketidakseimbangan antara penawaran produk dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat.

Selain itu, pesan moral yang tersirat juga mencakup pengaruh besar dari figur publik seperti Om Mobi dalam membentuk opini audiens dan bagaimana hal ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk.

Pesan Moral yang Dapat Diambil:

Pesan moral yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pentingnya konsumen untuk lebih kritis dalam memilih produk, memperhatikan kualitas dan nilai-nilai yang dihadirkan oleh sebuah produk, serta mengerti bahwa kritik dan pendapat dari influencer atau tokoh publik bisa membentuk persepsi yang lebih luas di masyarakat.

Menurut Fiske, audiens bukan sekadar penerima pesan yang pasif, melainkan individu yang secara aktif menafsirkan informasi berdasarkan latar belakang dan pengalaman mereka. Dalam konteks ini, penonton yang menyaksikan video tersebut mungkin memiliki keterkaitan dengan dunia otomotif, sehingga respons mereka terhadap konten akan dipengaruhi oleh sudut pandang dan pengalaman pribadi masing-masing.

Selain itu, pesan tersebut juga mengingatkan industri otomotif untuk lebih sensitif terhadap keinginan dan kebutuhan pasar agar dapat terus berkembang dan memenuhi ekspektasi konsumen.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa melalui analisis menggunakan teori John Fiske, dapat ditemukan pesan-pesan moral yang tidak hanya menyangkut aspek produk itu sendiri, tetapi juga dampak sosial dan budaya dari komunikasi yang dilakukan oleh tokoh publik seperti Om Mobi dalam dunia media sosial.

REFERENSI

- Nasrulloh, R. (2021). *ANALISIS ISI PESAN KEKERASAN VERBAL DALAM AKUN YOUTUBE "ANIMASINOPAL"*.
- Wiharjo, K. E. T. (2022). *ANALISIS ISI PESAN MORAL PADA SERIAL PODCAST YOUTUBE DEDDY CORBUZIER DALAM EPISODE "SAYA BONGKAR SEMUA SIKSA GAGA KE LAURA"*.

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

- Sagala, A. R. (2021). REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM KONSEP 3B BRAIN, BEAUTY & BEHAVIOUR (Studi Analisis Semiotika John Fiske Pada Tayangan Miss Universe 2019 di Youtube).
- Rafku, M. (2023). *Representasi nilai moral dalam Film Pendek Nyengkuyung: Studi analisis isi.*
- Ilhan Ramadhani, I. (2023). PESAN MORAL DALAM FILM PENDEK BERUBAH (KEMENDIKBUD) OLEH CUBE FILM DI YOUTUBE (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE) .
- Ramadhani, W. M. (2024). *Analisis isi konten dakwah moderasi beragama (studi kasus channel youtube Deddy Corbuzier)*
- Naufal, S. H., & Yusanto, F. (2019). Representasi Kasih Sayang Dalam Iklan Tokopedia (Analisis Semiotika John Fiske Iklan Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik). *Proceedings of Management*, 6(3).
- Septiawan, A. (2023). *Analisis komunikasi antar budaya film" serial ramadhan keluarga more" pada akun youtube more tv.*
- Muhammad, I. (2022). PESAN TOLERANSI BERAGAMA DALAM FILM" KAU ADALAH AKU YANG LAIN" KARYA ANTO GALON (KAJIAN ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE).
- Maulana, D., & Aesthetika, N. M. (2023). Representation of inner family communication film, semiotic analysis John Fiske. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 10-21070.
- PAHLEVI, G. K. R. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE TERHADAP FILM.
- Tuhepaly, N. A. D., & Mazaid, S. A. (2022). Analisis semiotika John Fiske mengenai representasi pelecehan seksual pada film Penyalin Cahaya. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 233-247.
- Pinontoan, N. A. (2020). Representasi Patriotisme Pada Film Soegija (Analisis Semiotika John Fiske). *Avant Garde*, 8(2), 191-206.
- Haqu, R., & Pramonojati, T. A. (2022). Representasi Terorisme Dalam Dua Adegan Film Dilan 1990 Dengan Analisis Semiotika John Fiske. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 18(1), 67-80.
- Harisah, M. (2019). Pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye politik Jokowi-JK pada Pilpres 2014 (analisis isi media online). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 212-221.
- Asfar, I. T., & Taufan, I. (2019). Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (Penelitian kualitatif). no. January, 1-13.