

ABSTRAK

Muhammad Rizqia Nurdin: Pengelolaan Media Sosial Dalam Membangun Citra (Studi Terhadap Pengelolaan Kanal YouTube Aspros Auto Dalam Membangun Citra Kanal Otomotif)

YouTube merupakan salah satu platform media sosial populer yang digunakan untuk berbagai kebutuhan, termasuk penyebaran informasi otomotif. Kanal YouTube Aspros Auto, yang didirikan pada tahun 2018, berfokus pada penyajian konten seperti ulasan kendaraan, panduan perawatan otomotif, hingga vlog perjalanan. Berkembangnya industri otomotif dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang terpercaya, pengelolaan kanal ini menarik untuk diteliti.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengelolaan kanal YouTube Aspros Auto dalam membangun citra sebagai media informasi otomotif melalui empat tahap berdasarkan model The Circular Model of SoMe: tahap share konten, optimize pesan, manage interaksi, dan engage audiens.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola kanal, observasi langsung terhadap konten video, serta dokumentasi data analitik kanal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kanal YouTube Aspros Auto dilakukan melalui empat tahap utama: (1) Share konten, yang melibatkan produksi video menarik dan relevan dengan tren otomotif, seperti ulasan mobil baru dan panduan perawatan; (2) Optimize pesan, melalui pemanfaatan analitik YouTube untuk menyesuaikan konten dengan preferensi audiens dan meningkatkan kualitas video sesuai algoritma platform; (3) Manage interaksi, dengan respons aktif terhadap komentar audiens, pengelolaan feedback, serta penanganan isu yang berpotensi memengaruhi citra kanal; dan (4) Engage audiens, melalui kegiatan interaktif seperti live streaming, diskusi terbuka, dan kolaborasi dengan komunitas otomotif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kanal YouTube Aspros Auto telah berhasil memanfaatkan strategi pengelolaan yang terstruktur untuk membangun citra positif di mata audiens otomotif. Strategi ini mencerminkan pentingnya pendekatan sistematis dalam pengelolaan media sosial, yang dapat menjadi acuan bagi kanal lainnya dalam membangun citra di era digital.

Kata Kunci: Pengelolaan YouTube, The Circular Model of SoMe, Aspros Auto, Citra, Media Sosial Otomotif

ABSTRACT

Muhammad Rizqia Nurdin: *Pengelolaan Media Sosial Dalam Membangun Citra (Studi Terhadap Pengelolaan Kanal YouTube Aspros Auto Dalam Membangun Citra Kanal Otomotif)*

YouTube is one of the popular social media platforms used for various needs, including the dissemination of automotive information. The YouTube channel Aspros Auto, established in 2018, focuses on presenting content such as vehicle reviews, automotive maintenance guides, and travel vlogs. With the growth of the automotive industry and the public's need for reliable information, the management of this channel is interesting to study.

The purpose of this research is to analyze the management of the Aspros Auto YouTube channel in building its image as an automotive information media through four stages based on The Circular Model of SoMe: content sharing, message optimization, interaction management, and audience engagement.

This research uses a descriptive qualitative method, with data collection techniques including in-depth interviews with the channel owner and manager, direct observation of video content, and documentation of channel analytics data.

The results show that the management of the Aspros Auto YouTube channel is carried out through four main stages: (1) Content sharing, involving the production of engaging and relevant videos aligned with automotive trends, such as new car reviews and maintenance guides; (2) Message optimization, utilizing YouTube analytics to tailor content to audience preferences and improve video quality according to the platform's algorithm; (3) Interaction management, with active responses to audience comments, feedback management, and handling issues that could potentially affect the channel's image; and (4) Audience engagement, through interactive activities such as live streaming, open discussions, and collaborations with automotive communities.

The conclusion of this research is that the Aspros Auto YouTube channel has successfully utilized a structured management strategy to build a positive image in the eyes of automotive audiences. This strategy reflects the importance of a systematic approach in social media management, which can serve as a reference for other channels in building their image in the digital era.

Keywords: *YouTube Management, The Circular Model of SoMe, Aspros Auto, Image, Automotive Social Media*