



## Tipologi gaya penyutradaraan konten otomotif digital di YouTube Indonesia: Studi kasus Denkus, Motomobi, Fuse Box, Garasi Drift

Ari Dina Krestiwani, Rista Ihwanny\*

Departemen Film, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara  
Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Banten 15810, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [rista.ihwanny@umn.ac.id](mailto:rista.ihwanny@umn.ac.id)

### Received:

03/12/2025

### Final Revision:

25/12/2025

### Accepted:

09/01/2026



This work is  
licensed under a  
[CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Abstrak.

YouTube merupakan ruang ekosistem budaya partisipatif yang berkembang dan digemari di Indonesia. Salah satu konten yang populer sebagai tontonan di YouTube adalah konten otomotif. Pola produksi mandiri yang diusung YouTube menjadi penting untuk dianalisis untuk memahami bagaimana penyutradaraan dan estetika visual konten otomotif berkembang dalam ekosistem budaya partisipatif. Penelitian ini mengkaji gaya penyutradaraan dan strategi naratif yang dikembangkan kreator konten otomotif di YouTube Indonesia melalui studi kasus komparatif empat kanal: Denkus, Motomobi, Fuse Box, dan Garasi Drift. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan analisis naratif dan estetika visual terhadap 12 video, mengidentifikasi pola struktur naratif, keputusan visual, dan performativitas kreator dalam praktik *self-directed production*. Temuan menunjukkan persona kreator menjadi faktor penentu gaya penyutradaraan, sementara estetika visual beradaptasi dengan orientasi konten. Penelitian menghasilkan empat tipologi: (1) *Conversational-Reflective Style* yang menekankan intimasi dialog dengan visual minimalis; (2) *Performative-Authoritative Style* menggabungkan hiburan teatral dengan *review* teknis; (3) *Informational-Reportage Style* berbasis *voice-over* anonim dengan struktur *listicle*; dan (4) *Cinematic-Experiential Style* mengembangkan *documentary filmmaking* berbasis aksi. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman *self-directed production* sebagai bentuk baru penyutradaraan digital di luar industri film konvensional.

**Kata kunci:** Konten Otomotif, Penyutradaraan Digital, *Self-Directed Production*, Tipologi, YouTube

### Abstract.

YouTube has become a rapidly expanding and widely favored participatory cultural ecosystem in Indonesia. Among its most popular genres is automotive content. The platform's emphasis on independent, self-directed production makes it an important site for analyzing how directing practices and visual aesthetics in automotive videos evolve within participatory culture. This study examines the directorial styles and narrative strategies developed by Indonesian automotive YouTubers through a comparative case study of four channels: Denkus, Motomobi, Fuse Box, and Garasi Drift. This research using an exploratory qualitative approach combining narrative analysis and visual aesthetics across 12 videos, identifies recurring patterns in narrative structure, visual decision-making, and creator performativity within self-directed production practices. The findings indicate that creators' on-screen personas function as key determinants of directorial style, while visual aesthetics are shaped by each channel's content orientation. The study proposes four typologies: (1) the *Conversational-Reflective Style*, which emphasizes intimate dialogue supported by minimalist visuals; (2) the *Performative-Authoritative Style*, which merges theatrical entertainment with technical reviews; (3) the *Informational-Reportage Style*, characterized by anonymous voice-over narration and listicle-based structuring; and (4) the *Cinematic-Experiential Style*, which adopts action-driven documentary filmmaking techniques. This research contributes to a broader understanding of self-directed production as a new form of digital directing that operates outside the conventions of the mainstream film industry.

**Keywords:** Automotive Content, Digital Directing, *Self-Directed Production*, Typology, YouTube

## Pendahuluan

Perkembangan platform berbagi video seperti YouTube telah mengubah lanskap produksi audiovisual secara mendasar. Platform ini memberi kesempatan kepada siapa pun untuk membuat dan membagikan video tanpa bergantung pada sistem penyiaran tradisional. Burgess dan Green (2009) menjelaskan bahwa YouTube menjadi simbol budaya partisipatif (*participatory culture*) yang menghapus batas antara produsen profesional dan amatir. Kondisi ini membuat kreator berperan sebagai produser, sutradara, dan distributor secara bersamaan. Sebuah model produksi yang berbeda secara radikal dari tradisi industri film yang berbasis kru dan pembagian kerja yang jelas.

Di Indonesia, YouTube menjadi salah satu ruang utama bagi berkembangnya industri kreatif dan komunitas kreator digital, termasuk dalam bidang otomotif. Menurut wawancara dengan Muriel Makarim selaku Product Marketing Manager untuk Large Advertiser Agency Google Indonesia, genre otomotif mengalami pertumbuhan penonton sebanyak dua kali lipat di tahun 2020 (Rachman, 2020). Genre konten otomotif, yang sebelumnya hadir melalui program televisi atau majalah dan tabloid otomotif, kini menjelma menjadi ekosistem media digital yang luas dan beragam. Konten otomotif ini umumnya mencakup *review* kendaraan, tutorial teknis, hingga *vlog lifestyle* yang menampilkan pengalaman berkendara, teknologi, dan budaya otomotif. Fenomena ini menandai pergeseran paradigma penyutradaraan dari sistem produksi kolektif dan terstruktur menuju model produksi yang lebih individual.

Pola produksi yang baru ini bersifat mandiri. Seorang kreator mengarahkan seluruh proses pembuatan konten yaitu mulai dari ide, pengambilan gambar, hingga penyuntingan, tanpa struktur produksi tradisional. Penelitian ini menyebut praktik itu sebagai *self-directed production*, yaitu bentuk produksi audiovisual yang dijalankan secara otonom oleh individu sekaligus sutradara atas dirinya sendiri. Istilah ini berakar pada konsep *self-produced video content* (Ortells-Badenes, 2015), yang menekankan otonomi dan kontrol kreatif dalam produksi digital, serta pada gagasan *content self-producing* dalam budaya partisipatif (Bruns, 2008). Pengguna berperan sebagai produser aktif yang menentukan arah kreatif dan etika karyanya. *Self-directed production* tidak hanya mencerminkan kemandirian teknis, tetapi juga menunjukkan bentuk baru dari penyutradaraan digital, di mana fungsi kreatif, naratif, dan performatif berpusat pada satu figur kreator.

*Audiovisual authorship* di YouTube tidak lagi bergantung pada lembaga produksi atau tim teknis, melainkan pada kapasitas individu untuk menggabungkan naratif, estetika visual, dan persona secara konsisten dalam membangun hubungan dengan audiens. Menurut Burgess dan Green (2009) dalam *Youtube: Online Video and Participatory Culture*, platform ini memunculkan bentuk baru dari budaya partisipatif atau *participatory culture*, di mana batas antara profesional dan amatir menjadi semakin kabur. Estetika yang tampak “sederhana” atau “spontan” justru berfungsi sebagai strategi otentisitas yang meningkatkan kredibilitas dan kedekatan dengan penonton. Arthurs, Drakopoulou, dan Gandini (2018) menegaskan bahwa YouTube merupakan ruang hibrida antara budaya industri dan budaya populer, di mana *amateur aesthetics* telah terinstitusionalisasi sebagai bentuk profesionalisasi baru dalam produksi konten digital.

Penyutradaraan digital tidak hanya melibatkan aspek teknis seperti komposisi, kamera, atau *editing*, tetapi juga aspek performatif. Müller (2010) dalam *Where Quality Matters: Discourses on the Art of Making a YouTube Video* menjelaskan bahwa wacana tentang “kualitas video” di YouTube membentuk hirarki estetika baru dalam ruang digital yang partisipatif. Pembuat konten tidak hanya meniru konvensi sinematik, tetapi juga menciptakan tata bahasa visual baru yang disesuaikan dengan ritme algoritmik *platform* seperti *pacing* cepat, *visual hook* di awal video, serta gaya penyutradaraan yang menekankan keintiman dan kehadiran personal di layar. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi, tetapi juga sebagai arena negosiasi estetika, di mana konsep penyutradaraan dan gaya bercerita berevolusi menyesuaikan karakter media digital.

Svanidze dan Verchenko (2024) menambahkan dalam konteks film dan televisi melalui artikelnya *Director in Modern Content: From Idea to Implementation* menegaskan pentingnya

kemampuan sutradara modern untuk memahami perbedaan format konten, menguasai seluruh tahapan produksi, serta menjaga keseimbangan antara visi kreatif dan tuntutan audiens. Namun dalam dunia konten digital seperti YouTube, fungsi penyutradaraan ini mengalami transformasi. Banyak kreator bekerja tanpa kru profesional, tetapi tetap mengatur struktur cerita, ritme visual, dan gaya penyajian dengan ketelitian layaknya sutradara film. Fenomena tersebut menandai munculnya bentuk baru dari penyutradaraan digital, di mana keputusan artistik, teknis, dan performatif menyatu dalam proses produksi individual yang terhubung dengan algoritma dan komunitas daring.

Teori penyutradaraan dari Rabiger (2020) penting untuk membaca strategi kreator digital. Rabiger memahami penyutradaraan sebagai proses mengorkestrasi performa aktor, komposisi kamera, *shot flow*, ritme visual, dan tata ruang untuk mencapai ekspresi naratif tertentu. Meskipun Rabiger membahas film profesional, prinsipnya tetap berlaku pada produksi digital: kreator YouTube tetap melakukan *blocking*, memilih sudut kamera, mengatur tempo visual, dan menyusun ritme *editing* untuk membentuk pengalaman menonton.

Kajian internasional tentang konten YouTube banyak membahas performativitas, *digital authorship*, dan estetika amatir (Landry & Guzdial, 2008; Müller, 2010; Burgess & Green, 2009; Arthurs et al., 2018). Phasukdee (2021) juga meneliti strategi kreatif tim produksi Khotkool Channel di Thailand, tetapi fokusnya masih pada aspek komunikasi dan manajemen konten. Secara umum, kajian-kajian tersebut belum menelaah secara langsung praktik penyutradaraan digital dan keterkaitan antara persona kreator dengan gaya visual yang muncul dalam konten.

Sejumlah penelitian mengenai YouTuber otomotif di Indonesia seperti Fitra Eri, Ridwan Hanif, dan Om Mobi telah dilakukan, namun sebagian besar masih menitikberatkan pada aspek persepsi penonton, efek komunikasi, atau pengaruh terhadap minat beli kendaraan. Penelitian Okta Riandy (2024) yang berjudul "*Persepsi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Ilmu Komunikasi Mengenai Konten Youtube Fitra Eri Dalam Meningkatkan Pengetahuan Otomotif*" menunjukkan bahwa konten edukasi otomotif YouTube Fitra Eri berpengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan otomotif penontonnya. Konten tersebut dianggap informatif, mudah dipahami, dan dikemas menarik, sehingga efektif sebagai sumber pembelajaran bagi mahasiswa dengan minat tinggi terhadap otomotif.

Saputra, Atmaja, dan Nihayati (2025) dalam penelitian berjudul "*Pengaruh Konten Video Otomotif di YouTube Ridwan Hanif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Subscriber*" menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh konten terhadap audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video Ridwan Hanif berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penonton, dengan tingkat pengaruh sebesar 87,5%. Konten yang informatif dan edukatif dinilai efektif dalam memenuhi kebutuhan audiens muda yang mencari referensi otomotif secara daring.

Faisal, Abidin, dan Oxygentri (2025) dalam penelitian berjudul "*Pengaruh Konten Review pada Channel YouTube Fitra Eri terhadap Minat Beli Mobil di Kalangan Subscriber*" menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa frekuensi menonton dan tingkat atensi terhadap konten Fitra Eri berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil, sedangkan durasi menonton tidak berpengaruh nyata. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,1% menunjukkan bahwa faktor konten memiliki peran kuat dalam membentuk kecenderungan pembelian di kalangan penonton muda.

Santoso (2024) dalam penelitian berjudul "*Analisis Isi John Fiske pada Isi Pesan Moral Akun YouTube Om Mobi dalam Episode 'Mobil-Mobil Paling Tidak Suka di IIMS 2024'*" menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji pesan moral dalam konten Om Mobi. Penelitian ini menemukan bahwa di balik gaya humoris dan kritik tajam, terdapat pesan moral tentang kejujuran, tanggung jawab, dan pentingnya berpikir kritis sebagai konsumen.

Kajian-kajian tersebut melihat konten otomotif terutama dari sisi komunikasi atau pemasaran, bukan dari dimensi artistik dan penyutradaraan. Kajian-kajian tersebut meninjau isi pesan dan bentuk komunikasi, tetapi belum menyentuh aspek *mise-en-scène*, *pacing*, *framing*, atau hubungan naratif-visual yang menjadi fokus penelitian ini. Belum banyak penelitian yang mengurai bagaimana gaya

visual, struktur naratif, dan persona kreator terbentuk secara estetis dan diarahkan untuk membangun pengalaman menonton yang khas di ruang digital. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh Aidarbekov et al. (2024) dalam *Filmmaking Business Processes for Video Content Production in Modern Social Media*, *visual storytelling* merupakan elemen kunci dalam membangun citra dan persepsi penonton di era media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

Bagaimana gaya penyutradaraan dan strategi naratif dibentuk serta diartikulasikan oleh kreator konten otomotif digital di YouTube Indonesia?

Pertanyaan utama ini dijabarkan ke dalam beberapa sub-pertanyaan operasional:

1. Bagaimana struktur naratif dan bentuk penyampaian cerita dibangun dalam video-video konten otomotif dari berbagai genre (*review*, *lifestyle*, edukatif, teknis, maupun aksi)?
2. Bagaimana elemen visual seperti komposisi, *framing*, pergerakan kamera, warna, dan *editing* digunakan untuk menegaskan gaya penyutradaraan kreator?
3. Bagaimana perbedaan persona kreator (veteran, pembelajar, narator anonim, duo teknis-*performer*) tercermin dalam strategi penyutradaraan dan performativitas digital yang membentuk gaya khas masing-masing kanal?
4. Pola atau tipologi seperti apa yang muncul dari perbandingan gaya penyutradaraan di empat kanal tersebut?

Penelitian ini berfokus pada empat kanal otomotif populer di YouTube Indonesia, yaitu Denkus, Motomobi, Fuse Box, dan Garasi Drift. Keempatnya menampilkan persona kreator dan gaya penyutradaraan yang berbeda. Denkus dikenal sebagai figur pembelajar yang reflektif dengan gaya percakapan santai; Motomobi merepresentasikan sosok veteran otomotif yang teatrikal dan humoris; Fuse Box tampil sebagai narator anonim yang mengedepankan analisis dan informasi; sedangkan Garasi Drift membangun persona kolektif melalui kombinasi ahli teknis dan *storyteller* yang menghadirkan aksi *drifting* sinematik. Keempat kanal dipilih karena mampu menggambarkan spektrum gaya penyutradaraan dalam genre otomotif digital, dari yang berorientasi obrolan hingga yang berorientasi aksi.

Melalui pendekatan analisis naratif dan estetika visual, penelitian ini menggunakan unit analisis berupa video individual dan unit perbandingan berupa kanal YouTube, untuk mengidentifikasi pola-pola penyutradaraan dan strategi visual yang digunakan oleh para kreator. Analisis dilakukan secara induktif untuk membangun tipologi gaya penyutradaraan berdasarkan data empiris dari konten digital.

Penelitian ini berupaya memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian film dan media digital, khususnya dalam memahami bagaimana penyutradaraan dan estetika visual berkembang dalam ekosistem budaya partisipatif. Temuan penelitian diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang praktik penyutradaraan di luar industri film konvensional serta memperkaya pendekatan pedagogis dan teoritis mengenai penyutradaraan digital di era konten kreatif.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan desain studi kasus komparatif. Tujuannya untuk memahami dan memetakan gaya penyutradaraan serta strategi naratif yang digunakan oleh kreator konten otomotif digital di YouTube Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna, pengalaman, serta strategi kreatif yang kompleks dalam konteks sosial dan budaya yang spesifik. Sejalan dengan pandangan Creswell dan Creswell (2018), penelitian kualitatif menekankan pemahaman terhadap makna yang dikonstruksi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial melalui proses induktif dan interpretatif.

Desain studi kasus komparatif digunakan karena memungkinkan analisis mendalam terhadap beberapa kanal dengan karakteristik berbeda, sehingga dapat ditemukan pola umum maupun

perbedaan gaya kreatif di antara mereka (Patton, 2015). Empat kanal YouTube dipilih secara purposif: Denkus (mewakili persona “pembelajar reflektif”), Motomobi (mewakili persona “veteran-performer”), Fuse Box (mewakili persona “narator anonim yang informasional”), dan Garasi Drift (mewakili kombinasi “ahli teknis dan *storyteller*” dalam format aksi sinematik). Pemilihan subjek dilakukan berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian, tingkat visibilitas dalam ekosistem konten otomotif digital di Indonesia, dan keberagaman gaya penyutradaraan.

Pemilihan subjek berdasarkan persona setiap kanal ini didasari oleh Teori *microcelebrity* dan *digital self-performance* (Senft, 2013; Marwick, 2015), yang menjelaskan bagaimana kreator mengelola tubuh, suara, gestur, intonasi, dan kehadiran visual sebagai bagian dari strategi komunikasi. Tubuh kreator di layar bukan sekadar penampil, tetapi “alat penyutradaraan” yang membentuk cara penonton memahami identitas dan otoritas kreator. Hal ini sangat relevan pada kanal otomotif di Indonesia, di mana persona seperti “veteran otomotif”, “pembelajar reflektif”, “narator anonim”, atau “ahli teknis-performer” dibangun melalui performativitas visual yang konsisten.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah video individual dengan memilih tiga video dari masing-masing kanal. Pemilihan video dilakukan berdasarkan jumlah tayangan tertinggi dalam periode waktu November 2024 hingga Oktober 2025 seperti terangkum dalam Tabel 1. Video dengan performa tayangan tertinggi cenderung menampilkan gaya penyutradaraan yang paling menonjol, paling matang, serta paling resonan bagi audiens kanal tersebut. Pilihan metodologis ini sejalan dengan pandangan Burgess dan Green (2009) serta Müller (2010) bahwa gaya penyutradaraan digital merupakan hasil interaksi kreator dengan preferensi audiens dan logika *platform*. Video yang paling banyak ditonton biasanya menjadi representasi yang paling kuat dari identitas estetika dan strategi naratif yang dihargai baik oleh kreator maupun audiens.

Tabel 1. Daftar Video Sampel Penelitian

Kanal	Judul Video	URL	Durasi	Tanggal Unggah	Jumlah Tayangan
Denkus	3 Mobil Kuat Disiksa Buat Mudik	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rrinfMDEaCU&amp;t=293s">https://www.youtube.com/watch?v=rrinfMDEaCU&amp;t=293s</a>	33:18	26/03/2025	463K
Denkus	Gue Pilih Agya Bukan Brio	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=xs4MwooF06o">https://www.youtube.com/watch?v=xs4MwooF06o</a>	27:23	07/02/2025	260K
Denkus	Suzuki Fronx Atau Rekomendasi Mobil Lain?	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=oypq_nBzrtk">https://www.youtube.com/watch?v=oypq_nBzrtk</a>	34:38	11/05/2025	245K
Motomobi	Denza D9 Katanya Pembunuh Alphard	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=BjxHha8LXf0&amp;t=26s">https://www.youtube.com/watch?v=BjxHha8LXf0&amp;t=26s</a>	41:52	04/06/2025	534K
Motomobi	MERCEDES-MAYBACH S 580   Belum Kaya Bila Belum Punya Maybach	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=m1JO-GzxyQ&amp;t=23s">https://www.youtube.com/watch?v=m1JO-GzxyQ&amp;t=23s</a>	20:31	04/03/2025	542K
Motomobi	ISUZU PANTHER Gen.1   Yang Penting Irit dan Jalan!   Motomobi Used Car	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6_IS2j6SnBk">https://www.youtube.com/watch?v=6_IS2j6SnBk</a>	25:26	24/08/2025	550K
Fuse Box	Toyota Penghianat Konsumen??   Innova Cacat Produksi Toyota Tidak Mau Ganti Rugi ??	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Vi1Y_tkdJ28&amp;t=31s">https://www.youtube.com/watch?v=Vi1Y_tkdJ28&amp;t=31s</a>	9:48	24/02/2025	542K
Fuse Box	8 Mobil Yang Layak Dibeli Dengan Harga Dibawah 100 jt	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_pSBf2h--ik">https://www.youtube.com/watch?v=_pSBf2h--ik</a>	8:43	10/07/2025	280K
Fuse Box	Kenapa Mobil Sekarang Kebanyakan FWD?   Produksi Lebih Murah??   Cuan Lebih Banyak ??	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Yc13Trax99o&amp;t=475s">https://www.youtube.com/watch?v=Yc13Trax99o&amp;t=475s</a>	10:54	20/01/2025	363K

<b>Garasi Drift</b>	Impian Ziko yang Menjadi Kenyataan, Drifting di D1GP Odaiba Bersama Drifter Legend	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2e5O2VNU1-4&amp;t=308s">https://www.youtube.com/watch?v=2e5O2VNU1-4&amp;t=308s</a>	44:59	15/11/ 2024	921K
<b>Garasi Drift</b>	BTS: Ngedrift di Bunderan HI   Video Drifting Paling Gokil	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=53vUOiNyLKs&amp;list=PLxVG L5eMPfbCQP3KSMl0gi8JBCHOq vyPb">https://www.youtube.com/watch?v=53vUOiNyLKs&amp;list=PLxVG L5eMPfbCQP3KSMl0gi8JBCHOq vyPb</a>	18:59	22/11/ 2024	1,2M
<b>Garasi Drift</b>	Project Diesel Drift!!   Project Paling Absurdnya Dipo	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3dfCVU7_67g">https://www.youtube.com/watch?v=3dfCVU7_67g</a>	26:59	23/05/ 2025	791K

Sumber: Observasi Penulis, 2025

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif. Peneliti mengidentifikasi struktur naratif video—meliputi pembukaan, perkembangan, penutupan, serta ritme penyampaian—dengan merujuk pada pendekatan analisis naratif dan format naskah yang dibahas oleh Ortells-Badenes (2015). Aspek visual dianalisis melalui kerangka *mise-en-scène* Bordwell, Thompson, dan Smith (2024), yang mencakup *setting*, pencahayaan, komposisi, kostum, serta *staging*. Selain itu, teknik penyutradaraan seperti *blocking*, pergerakan kamera, alur *shot (shot flow)*, dan ritme visual diamati menggunakan prinsip-prinsip penyutradaraan dari Rabiger (2020). Dimensi performativitas kreator, termasuk gestur, intonasi, ekspresi, dan pola *direct-to-camera*, dianalisis dengan merujuk pada teori *microcelebrity* dan performativitas digital yang dikembangkan oleh Senft (2013) dan Marwick (2015). Elemen teknis seperti *editing*, *color tone*, *pacing*, dan kualitas audio juga dicatat untuk memahami bagaimana keputusan teknis tersebut mendukung atau membentuk gaya penyutradaraan masing-masing kreator.

Proses analisis data menggabungkan dua pendekatan utama, yaitu analisis naratif dan analisis isi kualitatif. Analisis naratif digunakan untuk mengidentifikasi struktur cerita, alur, dan cara penyampaian informasi dalam setiap video, sedangkan analisis isi kualitatif membantu mengelompokkan dan mengkategorikan elemen-elemen penyutradaraan secara sistematis. Analisis dilakukan secara induktif, yaitu membangun kategori dan tipologi gaya penyutradaraan berdasarkan pola-pola yang muncul dari data, bukan dari teori yang telah ditetapkan sebelumnya (Creswell & Creswell, 2018; Patton, 2015). Setelah analisis per video selesai, temuan dibandingkan lintas kasus untuk mengidentifikasi pola ko-variatif dan perbedaan mendasar antar kanal.

Validitas dan keabsahan data penelitian ini dijaga dengan menerapkan strategi triangulasi sumber. Cara yang digunakan adalah membandingkan temuan dari beberapa kanal untuk melihat konsistensi dan perbedaan pola estetika. Selain itu, peneliti membuat *audit trail* berupa catatan sistematis dari seluruh proses analisis guna menjamin transparansi metodologis. Peneliti juga melakukan refleksi diri (*reflexivity*) untuk menyadari potensi bias interpretatif dan menjaga posisi analitis yang kritis, sebagaimana disarankan oleh Patton (2015) dalam menjaga integritas penelitian kualitatif.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh dari observasi mendalam terhadap 12 video dari empat kanal YouTube otomotif Indonesia: Denkus, Motomobi, Fuse Box, dan Garasi Drift - yang mewakili spektrum gaya penyutradaraan dalam produksi konten digital. Setiap kanal dianalisis melalui tiga video yang dipilih berdasarkan popularitas dan representasi gaya khas. Analisis dilakukan melalui observasi sistematis terhadap struktur naratif, penggunaan tubuh dan ruang layar, estetika visual, *pacing*, serta keputusan penyutradaraan yang terlihat dalam setiap video. Hasil disajikan melalui analisis per kanal (*within-case*), dilanjutkan dengan analisis lintas kasus (*cross-case*), pola ko-variansi, dan tipologi gaya penyutradaraan yang muncul dari data.

## Analisis Per Kanal

### Denkus

Denkus memperlihatkan pola produksi berbasis percakapan yang menekankan kedekatan kreator dengan penonton. Narasi dibangun melalui dialog yang mengalir tanpa struktur dramatik yang tegas. Pembukaan video biasanya berupa sapaan informal atau konteks pembahasan, kemudian berkembang menjadi diskusi seputar pengalaman berkendara, pemilihan mobil, dan opini personal.

Secara visual, Denkus menggunakan *framing medium shot* statis atau *two-shot* simetris seperti pada Gambar 1, terutama saat berdiskusi dengan narasumber. Bahkan terkadang memaksakan menggunakan efek visual demi membuat Denkus dan tamunya seakan akan dalam 1 *frame* seperti yang dicontohkan pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 1. *Static medium two-shot*

Sumber: Screenshot peneliti dari Denkus Channel, 2025



Gambar 2. Penggunaan efek visual untuk menyatukan dua *frame*

Sumber: Screenshot peneliti dari Denkus Channel, 2025



Gambar 3. *Static medium two-shot – framing* simetris saat diskusi

Sumber: Screenshot peneliti dari Denkus Channel, 2025

Pergerakan kamera sangat minimal seperti pada momen percakapan pada Gambar 4. Perubahan sudut dilakukan hanya jika ada perpindahan lokasi atau untuk memperjelas objek mobil. Contohnya adalah penggunaan *angle close up* dalam memperjelas detail mobil pada Gambar 5. Pencahayaan natural mendominasi, seperti pada Gambar 6. Pencahayaan ini dipakai dalam menampilkan interior mobil maupun lokasi *outdoor* sederhana.



Gambar 4. Pergerakan kamera minimal pada percakapan *inside-car*  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Denkus Channel, 2025



Gambar 5. Penggunaan *angle close up* untuk memperjelas detail mobil  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Denkus Channel, 2025



Gambar 6. Pencahayaan natural dengan komposisi simetris di *scene outdoor*  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Denkus Channel, 2025

*Pacing* video cenderung sedang hingga lambat. *Editing* lebih berfungsi menjaga alur percakapan agar tetap nyaman diikuti, bukan untuk menciptakan tensi, ritme dramatis, atau kejutan visual. *Jump cut* jarang muncul dan hanya digunakan untuk menghapus jeda percakapan.

Persona Denkus ditampilkan sebagai pembelajar reflektif dengan gestur tubuh yang tenang dan gaya bicara yang setara dengan audiens. Interaksi dengan kamera menunjukkan relasi “teman diskusi” daripada “*host*–*penonton*”. Hal ini dilakukan melalui pemosisian persona Denkus dengan narasumber secara setara yang dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Memposisikan diri setara dengan narasumber  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Denkus Channel, 2025

## Motomobi

Motomobi menampilkan gaya penyutradaraan yang sangat performatif dan memiliki identitas visual yang kuat. Karakter Om Mobi menjadi fondasi estetika melalui humor teatrikal, komentar sarkastik, dan penggunaan masker tengkorak sebagai ciri fisik yang konsisten. Masker ini berfungsi sebagai elemen identitas visual yang langsung dikenali dan menciptakan persona “veteran-performer” dengan gaya humor yang gelap dan hiperbolik. Bahkan ketika Om Mobi hanya hadir melalui *voice-over* pada segmen tertentu, keberadaan masker tetap ditampilkan di pembuka dan penutup seperti pada Gambar 8, menjadikannya bagian dari penyutradaraan kanal sebagai *brand* audiovisual. Masker tengkorak pun muncul sebagai identitas pada *bumper motomobi used car* sebagai kanal kedua, seperti pada Gambar 9.



Gambar 8. Bumper ID kanal Motomobi sebagai identitas utama  
Sumber: Screenshot peneliti dari Motomobi Channel, 2025



Gambar 9. Bumper ID Motomobi Used Car dengan gaya visual yang berbeda dari kanal utama  
Sumber: Screenshot peneliti dari Motomobi Channel, 2025

Pada segmen Motomobi Used Car sebagai kanal kedua, *host* utama adalah Mamang Ican, seperti terlihat pada Gambar 10. Persona yang diusung berbeda dengan persona kanal utama (Om Mobi). Mamang Ican tampil dengan gaya bicara datar, humor polos, dan gestur minimal. Humor tercipta bukan dari ekspresi besar, tetapi dari penyampaian lugas dan *timing* yang tenang. Peran Om Mobi tetap muncul sebagai *voice-over* pembuka dan penutup dengan nada teatrikal, sehingga gaya global Motomobi tetap terjaga.



Gambar 10. Mamang Ican - Host Motomobi Used Car  
Sumber: Screenshot peneliti dari Motomobi Channel, 2025

Secara visual, Motomobi menggunakan komposisi gambar untuk mendukung komedi. Kamera sering mengambil *framing close-up* yang sengaja terlalu dekat pada wajah, baik untuk menangkap ekspresi teatrikal Om Mobi maupun reaksi datar Mamang Ican. Ada pula penggunaan *wide shot* karena ruang kosong visual menjadi bagian dari *punchline*. Seperti pada Gambar 11 yang memperlihatkan adegan Om Mobi seakan menghitung panjang dan lebar mobil hanya dengan langkah dan bentangan tangan, tapi kemudian disertai dengan *overlay* ukuran sebenarnya dari kendaraan. Dalam beberapa adegan, kamera dibiarkan menunggu pada posisi statis ketika Mamang Ican melakukan gestur sederhana seperti membuka pintu, menunjuk bagian mobil, atau berhenti berpikir sejenak seperti pada Gambar 12. Jeda visual semacam ini menjadi komedi berbasis *timing*. *Editing* dengan *compositing* sederhana maupun ada sisipan dari meme juga digunakan untuk unsur komedi. Seperti ketika menyampaikan salah satu varian dari mobil Isuzu generasi pertama dengan nama Isuzu Miyabi, sebagai kreator, Om Mobi mengaitkannya dengan nama aktris film dewasa asal Jepang yang bernama Maria Ozawa alias Miyabi (gambar 13).



Gambar 11. Om Mobi menggunakan gerakan teatrikal humoris seakan mengukur panjang dan lebar mobil dengan langkah kaki dan bentangan tangan

Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Motomobi Channel*, 2025



Gambar 12. Posisi statis kamera dalam menangkap gestur komedik Mamang Ican mematikan AC

Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Motomobi Channel*, 2025



Gambar 13. *Overlay* komedik “Isuzu Miyabi” dalam pembahasan varian Isuzu Panther

Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Motomobi Channel*, 2025

Visual Motomobi sangat dinamis. Kamera menggunakan gimbal, *tracking shot*, dan perpindahan sudut cepat untuk menjaga energi pertunjukan. *Framing* bervariasi dari *wide shot* yang menampilkan

mobil, seperti pada Gambar 14, hingga *close-up* yang menangkap ekspresi kreator. *Color grading* hangat dan kontras tinggi digunakan secara konsisten.



Gambar 14. *Framing wide shot* interior mobil dengan *color grading* yang rapi  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Motomobi Channel*, 2025

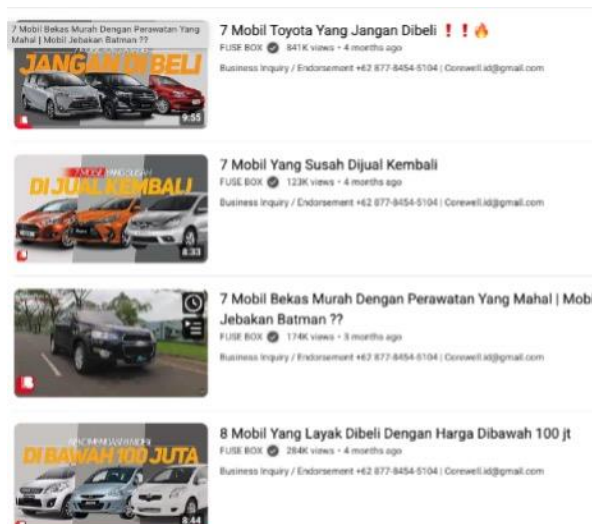
Temuan utama menunjukkan bahwa Motomobi menggabungkan dua bentuk komedi dalam penyutradaraannya:

1. Komedi performatif dan teatral dari Om Mobi, diperkuat oleh ciri visual seperti masker tengkorak dan gestur ekspresif.
2. Komedi situasional dan visual dari Mamang Ican, yang muncul dari gestur minimal, spontanitas, dan komposisi gambar yang disengaja untuk menonjolkan kesan “serius tapi lucu”.

Kedua gaya ini menghasilkan dinamika penyutradaraan yang khas dan membedakan Motomobi dari kanal otomotif lainnya.

### *Fuse Box*

*Fuse Box* menghadirkan gaya penyutradaraan yang tidak bergantung pada tubuh kreator. Narasi disampaikan sepenuhnya melalui *voice-over* dengan struktur linear. Video umumnya langsung masuk ke topik tanpa pembukaan personal. Salah satu video yang diteliti di kanal ini berbentuk *listicle* yaitu dengan judul “8 Mobil Yang Layak Dibeli Dengan Harga Dibawah 100 jt”. Konten berbentuk *listicle* seperti pada Gambar 15 ini sering dibuat oleh Fusebox yang pendekatannya sangat berbasis reportase jurnalistik.



Gambar 15. Beberapa contoh konten *listicle* di kanal youtube Fuse Box  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Fuse Box Channel*, 2025

Visual terdiri dari kompilasi B-roll yang bersumber dari iklan pabrikan, *footage* publik, dan dokumentasi *event* otomotif. Salah satunya adalah penggunaan *still image* seperti pada Gambar 16.

Penggunaan *footage* beragam menimbulkan konsekuensi variasi *tone* warna dan kualitas gambar cukup tinggi, seperti pada Gambar 17 yang memperlihatkan kualitas gambar berbeda disebabkan sisipan *footage* arsip lama. Tidak ada pengambilan gambar orisinil yang menampilkan tubuh kreator. Fuse Box selalu menampilkan sumber gambar dan diletakkan di sisi kiri atas atau kanan atas dari tiap *footage* yang digunakan seperti contoh pada Gambar 18.



Gambar 16. *Still image* dari iklan pabrikan mobil yang digunakan sebagai ilustrasi  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Fuse Box Channel, 2025



Gambar 17. *Footage* arsip lama dengan kualitas gambar berbeda yang digunakan Fuse Box  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Fuse Box Channel, 2025



Gambar 18. Penempatan *watermark* sumber pada *footage* yang digunakan Fuse Box  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Fuse Box Channel, 2025

*Pacing* cepat dan mengikuti ritme narasi *voice-over*. *Editing* menyesuaikan struktur informasi, mempercepat transisi antar poin, dan menekankan data yang disampaikan. Visual berfungsi sebagai ilustrasi, bukan pembentuk gaya visual tertentu.

Gambar yang sudah ada *watermark* berupa identitas dari sumber kanal YouTube yang digunakan pun tidak merupakan sesuatu yang dianggap tabu untuk digunakan, seperti terlihat pada Gambar 19. Selama gambar tersebut mendukung topik yang disampaikan. Selain video atau gambar bergerak, Fuse

Box juga menggunakan *still image* yang didapatkan dari *image stock* atau *google image*. *Superimpose* atau *overlay* teks digunakan sebagai tambahan untuk menguatkan informasi.



Gambar 19. *Watermark video* sumber dari kanal lain yang digunakan dalam analisis Fuse Box  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Fuse Box Channel, 2025

Persona Fuse Box bersifat anonim. Otoritas dibangun melalui suara yang netral dan argumentasi rasional. Identitas kreator tidak pernah muncul di layar.

### Garasi Drift

Garasi Drift menampilkan produksi yang paling sinematik di antara empat kanal. Narasi dibangun melalui pola *journey storytelling*, yang bergerak dari tujuan proyek, menuju persiapan bengkel dan sesi *briefing*, kemudian berlanjut pada aksi *drifting*, dan ditutup dengan evaluasi hasil. *Hook* dibentuk dari montase yang penuh aksi dengan sinematografi yang memukau seperti pada contoh Gambar 20 dan Gambar 21.



Gambar 20. *Hook dramatis* pada video “Impian Ziko Menjadi Kenyataan”  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025



Gambar 21. *Hook penuh aksi* pada video “BTS: Ngedrift di Bundaran HI”  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025

Visual sangat variatif dan dinamis: *drone shot*, *gimbal tracking*, *handheld*, dan *wide shot* ruang aksi. *Coverage* dari satu adegan dilakukan dengan multikamera. Contohnya terlihat pada saat aksi *drift*, kita bisa menyaksikan aksi yang berada di luar mobil maupun di dalam kokpit. Gambar 22 contohnya, memperlihatkan *wide shot* aksi *drifting* di Bundaran HI yang dilanjutkan dengan tampilan interior pada Gambar 23 yang menekankan perpindahan kamera secara dinamis dengan keberadaan multi kamera. Pergerakan kamera sangat sering digunakan, termasuk variasi *angle* seperti *dutch angle* pada Gambar

24. *Color grading teal-blue* tebal dan saturasi tinggi seperti pada Gambar 25 memperkuat kesan sinematik.



Gambar 22. *Wide shot* aksi *drifting* di Bundaran HI  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025



Gambar 23. Tampilan interior kokpit saat *drifting*, menunjukkan dinamika aksi  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025



Gambar 24. Penggunaan *dutch angle* pada aksi *drifting* di Bundaran HI  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025



Gambar 25. *Color grading teal-blue* yang konsisten di video *Garasi Drift*  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025

*Editing* dieksekusi dengan *pacing* yang beragam. Bagian bengkel cenderung lambat dan detail, sedangkan aksi *drifting* menggunakan montase cepat yang ritmis. Transisi antar lokasi terasa mulus dan mengalir seperti dokumenter motorsport.

Eksplorasi ragam efek *editing* dimaksimalkan untuk menambah unsur dramatis dan atraktif. Seperti yang terlihat pada gambar 26, efek *slow motion* adegan motor melompati sebuah mobil digunakan untuk menciptakan intensitas dramatis “waktu berhenti sejenak” pada sebuah momen penting serta menonjolkan detail gerakan. Selain *slow motion*, efek *time ramp* juga kerap digunakan. *Time ramp* adalah sebuah efek manipulasi durasi video di mana ada perubahan antara *slow motion*, *playback normal*, dan *fast motion*.



Gambar 26. *Slow motion* adegan stunt motor melompati mobil sebagai intensifikasi dramatik  
Sumber: Screenshot peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025

Eksekusi kreatif dengan penggunaan transisi *morphing* dilakukan untuk menambah unsur atraktif seperti yang terlihat pada gambar 27. Satu *framing shot* yang sama diedit dengan *timing* yang pas sehingga terkesan mobil tampak berubah-ubah.



Gambar 27. Sekuen *morphing* visual yang menampilkan perubahan mobil saat *drifting*  
Sumber: Screenshot peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025

Persona Garasi Drift dibentuk secara kolektif oleh dua bersaudara, Ziko yang berfokus pada aspek teknis dan Dipo yang tampil sebagai komunikator naratif yang lebih energik. Interaksi keduanya memperkuat dinamika cerita dan menciptakan “tim kreator” sebagai figur utama, seperti terlihat pada Gambar 28.



Gambar 28. Ziko (kiri) dan Dipo (kanan) dalam satu adegan di BTS: Ngedrift di Bunderan HI  
Sumber: Screenshot peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025



Gambar 29. Dipo terlihat bangga menunjuk Ziko adiknya yang baru saja *drifting*  
 Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025



Gambar 30. Dipo menunjukkan mobilnya dengan gaya yang teatrikal komedi  
 Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025

Tiga sampel video dari Garasi Drift yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan mereka tidak harus selalu bersama dalam semua video yang dibuat oleh Garasi Drift. Arahan video menjadi berbeda ketika kreator tersebut tampil sendiri-sendiri. Ziko mengarah pada hal yang penuh aksi dan kompetitif seperti pada Gambar 29 di mana Ziko melakukan *drifting*, sedangkan Dipo lebih memperlihatkan eksploratif, *adventurous* dan sisi humoris seperti pada Gambar 30.

Pada video berjudul “Project Diesel Drift!! | Project Paling Absurdnya Dipo” terjadi beberapa momen spontan yang ekspresif dari Dipo atas proses dari proyek yang sedang dikerjakannya. Termasuk di dalamnya konflik yang bersifat humoris antara dirinya dengan kecoa-kecoa yang ada di interior mobil yang baru dibelinya. Unsur ini bahkan *dihighlight* dengan aksi teatrikal maupun penggunaan grafis. Salah satunya adalah dengan menggunakan *overlay* teks “Punten”, sebuah kata dalam bahasa Sunda yang berarti permissi mengikuti pergerakan kecoa yang berseliweran. Sebuah keinginan melemparkan lelucon bahwa kecoa tersebut sudah permissi untuk berada di dalam *frame* kamera. Sekuen ini dapat dilihat pada Gambar 31.



Gambar 31. Sekuen Dipo bereaksi terhadap kecoa dan *overlay* teks *punten* sebagai efek humor  
 Sumber: *Screenshot* peneliti dari *Garasi Drift Channel*, 2025

Komedi visual juga diterapkan pada video dengan Dipo sebagai pembawa acaranya. Terlihat pada *hook* di video “Project Diesel Drift!! | Project Paling Absurdnya Dipo”. Seperti terlihat pada Gambar 32 dan Gambar 33, terlihat adegan mobil yang sedang menggunakan selubung kain hitam. Bagi orang yang mengerti mobil, terlihat bahwa mobil yang sedang diselubungi itu siluetnya jelas seperti sebuah mobil Mitsubishi Pajero Sport. Hanya saja ketika selubung mobil dibuka, dengan penggunaan efek *editing*, mobilnya berubah menjadi Opel Rekord.



Gambar 32. Siluet mobil berselubung yang menyerupai Pajero Sport sebagai bagian *hook* komedi  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025



Gambar 33. Efek visual perubahan mobil dari Pajero Sport menjadi Opel Rekord  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025

Sementara itu, persona Ziko digambarkan lebih serius walaupun tetap dengan pembawaan yang rileks. Keseriusan ini perlu dilakukan karena aksi *drifting* merupakan aksi yang berbahaya. Pada sampel video, terlihat Ziko sering terlibat dengan mobil yang akan dikendarainya. Gambar 34 memperlihatkan Ziko sedang melakukan pengecekan mesin dan Gambar 35 memperlihatkan Ziko berada di balik kemudi.



Gambar 34. Ziko menjalani pengecekan kesiapan *drifting* di Jepang  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025



Gambar 35. Ziko bersiap melakukan *drifting* di Bundaran HI  
Sumber: *Screenshot* peneliti dari Garasi Drift Channel, 2025

### Analisis Lintas Kasus

Bagian ini menyajikan perbandingan empat kanal untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan elemen penyutradaraan yang muncul dalam produksi konten otomotif digital. Analisis lintas-kasus dilakukan dengan memeriksa *hook*, *framing*, pergerakan kamera, *pacing*, persona kreator, serta penggunaan ruang layar pada keempat kanal. Perbandingan ini disusun dalam bentuk *cross-case Matrix* penyutradaraan yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. *Cross-Case Matrix* Penyutradaraan

Elemen	Denkus	Motomobi	Fuse Box	Garasi Drift
<b>Hook</b>	Cuplikan percakapan	Humor + VO teatrikal	Langsung ke informasi	Aksi seru / tujuan proyek
<b>Framing</b>	<i>Medium static two-shot</i>	<i>Multi-angle</i> dinamis	Kompilasi B-roll	<i>Wide shot</i> + POV
<b>Pergerakan Kamera</b>	Minim	<i>Gimbal, tracking</i>	Variatif sesuai sumber	<i>Gimbal, handheld, tracking</i>
<b>Pacing</b>	Sedang-lambat	Cepat-humoris	Cepat dan informatif	Berlapis (aksi + proses)
<b>Persona Ruang Layar</b>	Pembelajar santai Obrolan intim	Veteran- <i>performer</i> Tubuh dominan	Narator anonim Tanpa tubuh	Duo teknisi + <i>storyteller</i> Ruang aksi luas

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2025

### Pola Ko-Variasi

Dari hasil perbandingan lintas-kasus, terdapat tiga pola ko-variasi yang menonjol dalam penyutradaraan konten otomotif digital. Pertama, semakin kuat persona kreator, semakin tinggi tingkat performativitas yang muncul dalam gaya penyutradaraannya. Hal ini terlihat pada Motomobi yang menampilkan performativitas tinggi melalui ciri khas teatrikal Om Mobi, sedangkan Fuse Box memperlihatkan pendekatan non-performatif karena absennya tubuh kreator di layar.

Kedua, konten yang berfokus pada aksi atau proses teknis cenderung mendorong penggunaan estetika visual yang lebih sinematik. Garasi Drift menunjukkan hal ini melalui penggunaan *drone*, *gimbal*, dan *color grading* yang intens, sedangkan Denkus lebih mengandalkan estetika minimalis sesuai karakter kontennya yang berbasis percakapan.

Ketiga, pola relasi antara kreator dan audiens tercermin langsung dalam struktur naratif yang digunakan oleh masing-masing kanal. Denkus membangun narasi yang intim dan berbasis dialog, Fuse Box mengadopsi struktur informatif yang berorientasi pada data, Motomobi mengedepankan hiburan melalui performativitas komedik, dan Garasi Drift menciptakan pengalaman menonton yang bersifat eksperiensial melalui pendekatan *journey storytelling*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penyutradaraan dalam konten otomotif digital di YouTube Indonesia terbentuk melalui interaksi antara struktur naratif, keputusan visual, performativitas kreator, serta logika produksi mandiri yang melekat pada *platform*. Bagian pembahasan ini menghubungkan temuan empiris dengan konsep-konsep teoretis yang telah dibahas dalam pendahuluan, termasuk *self-directed production*, performativitas digital, estetika audiovisual, dan budaya partisipatif.

### Penyutradaraan sebagai Produksi Mandiri (*Self-Directed Production*)

Keempat kanal yang dianalisis memperlihatkan bahwa penyutradaraan digital tidak dijalankan melalui struktur produksi tradisional, tetapi melalui praktik *self-directed production* (Ortells-Badenes, 2015; Bruns, 2008). Kreator berperan sebagai sutradara, penulis naskah, *performer*, dan editor dalam satu waktu. Hal ini menjelaskan mengapa gaya visual dan naratif sangat terikat pada persona kreator masing-masing. Denkus menampilkan penyutradaraan minimalis yang sesuai dengan persona reflektifnya. Motomobi menerapkan penyutradaraan yang performatif sesuai karakter teatrikal Om Mobi. Fuse Box menunjukkan penyutradaraan berbasis kurasi karena absennya tubuh kreator di layar. Garasi Drift memperlihatkan produksi sinematik yang lahir dari kolaborasi dua figur dengan kompetensi berbeda.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks YouTube, penyutradaraan tidak hanya dipahami sebagai kompetensi teknis, tetapi juga sebagai cara kreator mengelola dirinya sendiri sebagai pusat produksi—sejalan dengan konsep “*creator-as-director*” dalam kajian media digital (Burgess & Green, 2009).

### Persona Kreator dan Performativitas Digital

Temuan ini memperkuat kajian tentang performativitas digital dan pembentukan persona (Senft, 2013; Marwick, 2015). Persona kreator terbukti menjadi penentu utama gaya penyutradaraan:

1. Denkus menghadirkan persona pembelajar reflektif, sehingga penyutradaraan berbentuk dialog intim, kamera statis, dan ritme lambat.
2. Motomobi mengedepankan persona “*veteran-performer*” yang teatrikal melalui masker tengkorak, intonasi dramatis, dan timing komedi, sementara Mamang Ican berkontribusi melalui gaya *deadpan* yang melahirkan dimensi komedi situasional.
3. Fuse Box mengadopsi persona anonim dan otoritatif yang dibangun sepenuhnya oleh suara, sehingga penyutradaraan mengalir melalui struktur informasi, bukan tubuh.
4. Garasi Drift memperlihatkan persona kolektif, dengan Ziko sebagai ahli teknis dan Dipo sebagai *storyteller* energik.

Temuan ini konsisten dengan kajian *self-presentation* dan performativitas digital yang dikembangkan Senft (2013) dan Marwick (2015), yang melihat tubuh, ekspresi, dan gaya komunikasi kreator sebagai bagian dari strategi tampil di ruang publik.

### Estetika Visual dan *Mise-en-Scène* dalam Produksi Mandiri

Hasil observasi menunjukkan bahwa elemen *mise-en-scène*—komposisi, *framing*, pencahayaan, warna, dan pergerakan kamera—tidak hanya menjadi pilihan teknis, tetapi merupakan bagian dari strategi penyutradaraan (Bordwell et al., 2024). Denkus memanfaatkan visual minimalis untuk menjaga fokus pada percakapan, sedangkan Motomobi menggunakan komposisi “*intens*” (*close-up ekstrem*, *wide shot komikal*) untuk memperkuat humor dan performativitas persona.

Fuse Box menempatkan estetika visual sebagai ilustrasi pendukung melalui kompilasi *footage*, memperlihatkan bentuk penyutradaraan yang terjadi di level kurasi, bukan produksi gambar. Garasi Drift menerapkan estetika sinematik melalui kamera yang selalu bergerak, *drone shot*, *handheld*, dan *color grading* yang konsisten, menunjukkan bahwa sinematik dapat muncul dari produksi mandiri ketika kompetensi teknis tim mendukungnya.

Estetika visual di konten otomotif YouTube tidak bergerak mengikuti satu garis perkembangan yang seragam. Setiap kanal mengembangkan gaya visualnya sendiri, tergantung persona kreator dan orientasi naratif masing-masing.

### Struktur Naratif dan Relasi Kreator–Audiens

Struktur naratif keempat kanal memperlihatkan bagaimana relasi kreator–audiens dibangun melalui gaya penceritaan tertentu. Denkus menempatkan penonton sebagai “teman diskusi”, Fuse Box mengajak penonton sebagai pembelajar yang membutuhkan informasi terstruktur, Motomobi

memperlakukan penonton sebagai audiens pertunjukan, sedangkan Garasi Drift mengajak penonton mengikuti perjalanan aksi dan proses.

Temuan tersebut mendukung kerangka naratif Bordwell et al. (2024), yang melihat narasi sebagai hasil pengaturan informasi dan strategi penceritaan yang membimbing penonton dalam membangun pemahaman atas peristiwa yang ditampilkan. Dalam konteks YouTube, hal ini semakin dipengaruhi oleh algoritma dan ekspektasi komunitas penonton.

### Pola dan Tipologi Penyutradaraan dalam Ekosistem Digital

Berdasarkan analisis per kanal dan perbandingan lintas-kasus, penelitian ini mengidentifikasi empat tipologi utama gaya penyutradaraan dalam konten otomotif digital di YouTube Indonesia. Tipologi ini dirumuskan dari pola konsisten yang muncul pada struktur naratif, penggunaan tubuh kreator, estetika visual, dan cara penyajian informasi.

Tipologi pertama adalah gaya *conversational–reflective*, yang diwakili oleh Denkus. Gaya ini ditandai oleh struktur berbasis dialog dengan alur percakapan yang mengalir, penggunaan visual minimalis, serta ritme penyajian yang mengikuti dinamika obrolan. Interaksi kreator dengan penonton dibangun melalui kedekatan, kesetaraan posisi, dan penekanan pada pengalaman personal. Dalam gaya ini, estetika visual berfungsi sebagai pendukung percakapan, bukan sebagai pusat penyajian.

Tipologi kedua adalah gaya *performative–authoritative*, yang terlihat secara dominan pada Motomobi. Gaya ini menggabungkan persona teatrikal dengan penyajian informasi teknis, sehingga narasi yang muncul berbentuk pertunjukan. Visual yang dinamis, pergerakan kamera yang intens, serta timing komedi yang terstruktur menjadi bagian integral dari penyutradaraan. Kehadiran ciri fisik Om Mobi, termasuk penggunaan masker tengkorak, memperkuat karakter persona sebagai figur yang otoritatif sekaligus humoris. Pada sub-rubrik Motomobi Used Car, performativitas ini hadir melalui kombinasi antara *voice-over* Om Mobi dan gaya presentasi Mamang Ican yang lugas dengan komedi situasional.

Tipologi ketiga adalah gaya *informational–reportage*, yang ditunjukkan oleh Fuse Box. Penyutradaraan dalam gaya ini menekankan penyampaian informasi secara langsung, terstruktur, dan tanpa kehadiran tubuh kreator di layar. Visual berfungsi sebagai ilustrasi pendukung melalui kompilasi B-roll dari berbagai sumber. Struktur naratifnya linear, berorientasi data, dan mengadopsi format laporan yang ringkas. Penyutradaraan terjadi terutama pada level kurasi materi visual dan ritme *voice-over*, bukan pada pengaturan performativitas atau interaksi kreator.

Tipologi keempat adalah gaya *cinematic–experiential*, yang paling jelas muncul pada Garasi Drift. Gaya ini membangun pengalaman menonton melalui pendekatan *journey storytelling* yang mencakup tahapan persiapan, proses teknis, aksi, dan hasil. Estetika visual sinematik digunakan secara konsisten, meliputi *drone shot*, *gimbal tracking*, *handheld*, dan *color grading* berintensitas tinggi. Penyutradaraan berfokus pada penyajian aksi dan pengalaman kolektif, diperkuat oleh peran dua figur utama yang saling melengkapi: Ziko yang berorientasi teknis dan Dipo yang menyampaikan narasi secara energik.

Keempat tipologi tersebut menjadi representasi spektrum gaya penyutradaraan yang terbentuk di dalam ekosistem konten otomotif digital Indonesia. Keempat tipologi ini menunjukkan bahwa penyutradaraan digital tidak berkembang secara seragam, tetapi dibentuk oleh perpaduan antara persona kreator, kapasitas teknis, serta strategi kreatif yang digunakan untuk memposisikan diri dalam ekosistem *platform*. Variasi tersebut menggambarkan bahwa penyutradaraan di ranah digital bekerja secara kontekstual dan adaptif, berbeda dari model penyutradaraan film konvensional yang lebih terstruktur. Temuan ini memperluas pemahaman tentang penyutradaraan digital sebagai praktik yang cair, berlapis, dan sangat bergantung pada relasi kreator–audiens serta praktik produksi mandiri yang melekat pada YouTube sebagai platform partisipatif.

## Simpulan

Penelitian ini memetakan praktik penyutradaraan konten otomotif di YouTube Indonesia melalui analisis komparatif terhadap empat kanal—Denkus, Motomobi, Fuse Box, dan Garasi Drift—dengan total dua belas video sebagai unit analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam ekosistem produksi yang bersifat *self-directed*, gaya penyutradaraan tidak mengikuti pola yang seragam, tetapi terbentuk dari kombinasi persona kreator, strategi naratif, serta keputusan visual yang diambil secara mandiri.

Analisis naratif mengungkap empat pendekatan yang konsisten di masing-masing kanal: Denkus menggunakan struktur percakapan yang bersifat reflektif, Motomobi mengembangkan bentuk pertunjukan dengan humor dan teatralitas, Fuse Box menyajikan narasi informasional berbasis *voice-over*, dan Garasi Drift menggabungkan elemen dokumenter aksi melalui *journey storytelling*.

Pola yang ditemukan dari sisi visual juga bervariasi: Denkus mempertahankan visual minimalis berbasis *talking-head*, Motomobi menekankan dinamika kamera untuk mendukung komedi performatif, Fuse Box mengandalkan kompilasi *footage* sebagai ilustrasi naratif, sedangkan Garasi Drift memanfaatkan sinematografi aksi seperti *drone*, *gimbal*, dan montase ritmis untuk menghadirkan pengalaman *immersive*.

Persona kreator terbukti menjadi faktor penentu dalam pembentukan gaya penyutradaraan. Denkus tampil sebagai pembelajar yang mengundang dialog, Motomobi sebagai veteran-*performer* yang teatral, Fuse Box sebagai narator anonim yang analitis, dan Garasi Drift sebagai tim yang menggabungkan kompetensi teknis dan *storytelling*. Performativitas kreator tidak hanya hadir sebagai gaya tampil, tetapi berperan dalam menentukan ritme, sudut pandang, dan pengaturan informasi dalam video.

Berdasarkan perbandingan lintas-kasus, penelitian ini mengidentifikasi empat tipologi penyutradaraan digital: *conversational-reflective*, *performative-authoritative*, *informational-reportage*, dan *cinematic-experiential*. Tipologi ini memperlihatkan bahwa penyutradaraan digital bersifat adaptif dan kontekstual, dipengaruhi oleh tujuan kreatif, hubungan kreator–audiens, serta praktik produksi mandiri yang melekat pada *platform* YouTube. Tipologi ini dapat menjadi titik awal untuk memahami penyutradaraan digital di luar industri film konvensional, sekaligus memberi landasan bagi pengembangan kurikulum penyutradaraan digital dan studi lanjutan mengenai praktik kreator di media sosial.

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji hubungan antara tipologi penyutradaraan dengan performa algoritmik, melakukan studi etnografi produksi untuk memahami proses kreatif di balik layar, atau membandingkan temuan ini dengan kanal otomotif di negara lain untuk mengidentifikasi pola global dan lokal dalam penyutradaraan konten digital.

Temuan penelitian ini juga memiliki implikasi praktis bagi beberapa pihak. Bagi kreator konten, tipologi ini dapat menjadi panduan dalam mengembangkan gaya penyutradaraan yang sesuai dengan persona dan tujuan konten mereka. Bagi pendidik film dan media, penelitian ini menawarkan kerangka untuk mengajarkan penyutradaraan digital di luar konteks produksi film konvensional. Bagi peneliti, tipologi yang dihasilkan dapat menjadi dasar untuk kajian komparatif lintas genre atau lintas negara mengenai praktik produksi konten digital.

## Referensi

- Aidarbekov, A., Ibraiyimov, A., Murzabekova, G., Grif, M., Petrov, B., & Saulebayeva, K. (2024). 'Filmmaking Business Processes For Video Content Production In Modern Social Media.' *Herald of Journalism*, 74(4), 46–57.
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). 'Researching YouTube.' In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube reader* (pp. 9–25). National Library of Sweden.

- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2024). *Film art: An introduction (13th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage*. Peter Lang.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Faisal, D. S., & Abidin, Z., & Oxygentri, O. (2025). 'Pengaruh Konten Review pada Channel Youtube Fitra Eri Terhadap Minat Beli Mobil di Kalangan Subscriber.' *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1020-1029.
- Landry, B. M., & Guzdial, M. (2008). 'Art or Circus? Characterizing User-Created Video On YouTube.' In *Proceedings of the 2008 ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '08)*. ACM Press.
- Marwick, A. (2015). 'Instafame: Luxury Selfies In The Attention Economy.' *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Müller, E. (2010). 'Where Quality Matters: Discourses On The Art Of Making A Youtube Video.' In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube Reader* (pp. 126–141). National Library of Sweden.
- Ortells-Badenes, S. (2015). 'Self-Produced Video Contents In The Digital Press: Finding The Balance Between Quality And Immediacy.' *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1-14.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Phasukdee, P. (2021). *Content Strategy for YouTube Channel: The Case Study Of Khotkool Channel. (Undergraduate thesis)*. Thammasat University, Faculty of Journalism and Mass Communication.
- Rabiger, M., & Hurbis-Cherrier, M. (2020). *Directing: Film Techniques and Aesthetics (6th ed.)*. Routledge.
- Rachman, Y. (2020, Oktober 6). *Otomotif, konten YouTube paling ditonton selama pandemi*. Antara Otomotif. <https://otomotif.antaranews.com/berita/1767577/otomotif-konten-youtube-paling-ditonton-selama-pandemi>.
- Riandy, O. (2024). *Persepsi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Ilmu Komunikasi Mengenai Konten Youtube Fitra Eri dalam Meningkatkan Pengetahuan Otomotif*. Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
- Santoso, R. F. (2024). 'Analisis Isi John Fiske pada Isi Pesan Moral Akun Youtube Om Mobi dalam Episode "Mobil-Mobil Paling Tidak Suka di IIMS 2024".' *Jurnal Somasi (Sosial Humaniora dan Komunikasi)*, 8(1), 22–37.
- Saputra, A. B., Atmaja, S. & Nihayati, L. (2025). 'Pengaruh Konten Video Otomotif di YouTube Ridwan Hanif Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Subscriber.' *Jurnal CommLine*, 10(2), pp.123-137.
- Senft, T. (2013). 'Microcelebrity and The Branded Self. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A Companion To New Media Dynamics*. Wiley-Blackwell.
- Svanidze, N., & Verchenko, N. (2024). 'Director In Modern Content: From Idea to Implementation.' *International Journal of Media and Communication Studies*, 6(2), 77–86.