ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi semakin canggih dan berkembang dengan cepat. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memungkinkan seseorang dengan mudah berkirim pesan, bertukar dan mencari informasi, serta sekedar untuk mencari hiburan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet terbesar didunia. Selain itu teknologi yang terus berkembang salah satunya yaitu *smartphone* atau telepon pintar. Pengguna *smartphone* tersebut tidak hanya mengakses internet saja disisi lain pengguna smartphone mengakses atau menonton video melalui ponsel. Untuk pencarian video paling banyak yaitu ada pada sosial media YouTube, karena YouTube adalah salah satu sosial media yang khusus bergerak di bidang video seperti video musik, video film, video lucu, video, olahraga, video game, video berita, video tutorial, video *review*.

Hal ini menjadikan YouTube sebagai media kebutuhan informasi ataupun hiburan yang menarik. Saat ini salah satu kebutuhan informasi yang sedang diminati oleh pentonton YouTube yaitu *channel media review smartphone*. *Channel media review smartphone* atau yang biasa disebut *channel smartphone* merupakan bagian dari *unboxing smartphone* untuk di *review* apa saja kelebihan dan kekurangan dari *smartphone* tersebut menggunakan media visual dan audio sebagai perantaranya, gunanya agar calon konsumen yang ingin membeli *smartphone* tidak salah memilih. Adanya *channel media review smartphone* di YouTube bisa di manfaatkan oleh produsen *smartphone* untuk bekerja sama agar dapat membantu produsen smartphone untuk meningkatkan hasil penjualan mereka dengan cara dilakukan dengan kegiatan *e-marketing*. Berdasarkan hasil olahan data terdapat *channel media review smartphone* yang sering me-*review smartphone* flagship di tahun 2017 yaitu: Droid Lime, Bang Ripiu, Projevt Review/Putu Reza, Sobat Hape. Tujuan penelitian untuk mengetahui *positioning* dari masing-masing *channel media review smartphone* berdasarkan persepsi penonton YouTube Indonesia.

Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan penelitian ini termasuk deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan secara *online* melalui media sosial kepada 286 responden. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu: *nonprobability sampling* dengan jenis yang digunakan *purposive sampling*. Kemudian data diolah menggunakan teknik *multidimensional scalling* atau dikenal sebagai *perceptual mapping*.

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa Sobat Hape pada peringkat Pertama yang dipersepsikan sangat baik oleh penonton *review smartphone*, kemudian pada peringkat kedua yaitu Project Review, diposisi ketiga adalah Bang Ripiu, dan untuk posisi terakhir ditempati oleh Droid Lime.

Maka dari itu untuk perusahaan yang ingin melakukan kerja sama untuk meningkat kan penjualan produk alangkah baiknya memilih Sobat Hape karena dipersepsikan paling baik oleh penonton review smartphone. Akan tetapi kembali lagi kepada perusahaan untuk dapat menyesuaikan kepentingan perusahan dengan karakteristik masing-*masing channel media review smartphone.*

Kata Kunci: *Positioning*, YouTube, *Multidimensional scalling*, Persepsi