

ABSTRAK

Internet membuka peluang untuk semua bidang, salah satunya adalah *e-marketing* pada media sosial. Salah satu strategi *e-marketing* adalah menggunakan media sosial YouTube. Di dalam situs YouTube ada beberapa *channel* yang khusus mengulas *media review* otomotif. *Channel* tersebut dapat di manfaatkan oleh produsen otomotif untuk bekerja sama agar dapat membantu produsen otomotif untuk meningkatkan hasil penjualan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *positioning* dari masing-masing *channel otomotif* berdasarkan persepsi penonton YouTube Indonesia menggunakan atribut *seeking information, entertainment, internet interaction, recommendation convenience and advantage*, dan *site performance* yang merupakan adaptasi dari jurnal Tai-li wang (2014).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online kepada para penonton YouTube *channel* otomotif di Indonesia, sebanyak 272 responden. Metode sampling menggunakan nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner di uji validitas dan reabilitas. Analisis data menggunakan analisis *Multidimensional Scalling* dengan menggunakan program IBM SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari 4 *channel* otomotif yaitu, Autonetmagz, OtoDriver, GridOto, dan Motomobi, *channel* GridOto merupakan yang paling layak melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan otomotif dikarenakan dari enam atribut yang disediakan GridOto mendapatkan dominasi kedekatan yang sangat baik untuk atributnya.

Diharapkan kedepannya untuk *channel* otomotif yang belum dipersepsikan baik bisa memperbaiki dan meningkatkan konten video review dari segi konten, visual, *editing*, dan interaksi kepada penonton yang merupakan faktor yang berkaitan dengan atribut penelitian. Dan dapat mempertahankan apa yang sudah dipersepsikan baik oleh penonton YouTube *channel* otomotif di Indonesia.

Kata Kunci : *Positioning, Perceptual Mapping, Channel* otomotif, YouTube, Persepsi