

## **ABSTRAK**

### **KAMPANYE *SAFETY RIDING* VIA PENGGUNA MEDIA BERBAGI VIDEO YOUTUBE (Studi Kasus pada *Channel* YouTube Mblo Rizki)**

**Oleh**

**Manasye Rendy Juliano**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kampanye *safety riding* via media berbagi video YouTube yang ada di *channel* YouTube Mblo Rizki. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Sumber data dari penelitian ini menggunakan dua jenis data, di antaranya sumber data primer seperti narasumber dan observasi; serta sekunder seperti berkas dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Berdasarkan penelitian ini, sebuah pesan dalam kegiatan kampanye di era digital seperti sekarang ini dapat tersampaikan dengan memanfaatkan media-media berbagi yang memiliki sasaran khalayak yang luas, termasuk kampanye melalui konten *motovlog* yang dilakukan oleh Mblo Rizki yang memanfaatkan media berbagi video yaitu YouTube sebagai media untuk menyebarluaskan konten *motovlog* yang berisi sebuah pesan tentang kampanye *safety riding*. Pesan kampanye yang disampaikan oleh Mblo Rizki melalui *channel* YouTube nya dapat menggambarkan konsep *safety riding* yang dia lakukan dalam upaya mengajak khalayaknya untuk “meniru” kebiasaan-kebiasaan yang baik, sehingga pesan-pesan kampanye yang merupakan ajakan berupa visualisasi pesan, pendekatan emosional, rasa takut, kreativitas, dan humor dapat tercapai dan tersampaikan.

Kata kunci: Kampanye digital, *motovlog*, YouTube

## ***ABSTRACT***

### **SAFETY RIDING CAMPAIGN VIA YOUTUBE VIDEO SHARING MEDIA USER (Case Study on Mblo Rizki's YouTube Channel)**

*By*

**Manasye Rendy Juliano**

*This study aims to find out how the safety riding campaign is via YouTube video-sharing media on Mblo Rizki's YouTube channel. The research method used in this study is a qualitative research type. The data sources of this study are two types of data, including primary data sources such as source person and observations; and secondary data such as files and documentation. In collecting the data, the researcher uses interview, documentation, and observation techniques. Based on this research, a message in campaign activities in the current digital era can be conveyed by utilizing sharing media that have a broad target audience, including campaigns through motovlog content carried out by Mblo Rizki that utilizes YouTube video-sharing media as a medium to disseminate motovlog content which contains messages about the safety riding campaign. The campaign message conveyed by Mblo Rizki through his YouTube channel can illustrate the concept of safety riding that is implemented in an effort to invite his audience to "imitate" the good habits, so that campaign messages which are invitations in the form of visual message, emotional approach, fear, creativity, and humor can be achieved.*

*Keywords: digital campagin, motovlog, YouTube*