

## ABSTRAK

Kebutuhan khalayak akan informasi membuat *youtube* menjadi media yang sering digunakan untuk mencari informasi serta mencari hiburan karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Konten *review* produk *smartphone* di *youtube* merupakan sebuah konten yang dijadikan sumber referensi untuk mencari informasi mengenai spesifikasi suatu *smartphone*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui respon pasca melihat *review* produk *smartphone* di *youtube* serta untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat terhadap *review* produk *smartphone* di *youtube*. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa memang konten *review* produk *smartphone* di *youtube* mempengaruhi tindakan pembelian *viewer*. Para *viewer* menggunakan konten ini karena dianggap memberikan informasi yang sebenarnya selain itu konten kreator juga memposisikan diri sebagai konsumen saat memberikan *review*. Ketika mencari informasi *viewer* tidak terpaku kepada satu *channel* saja karena mereka menginginkan informasi yang lebih lengkap dari sudut pandang yang berbeda. Pemilihan konten *review* produk *smartphone* di *youtube* oleh *viewer* dikarenakan mereka sudah tidak begitu percaya dengan informasi yang diberikan oleh pihak yang mengeluarkan *smartphone*. Melalui konten ini *viewer* yang sudah mempunyai pilihan mapupun belum menentukan pilihan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian setelah melihat konten tersebut.

Kata Kunci : *review* produk *smartphone*, *youtube*, respon, sumber informasi yang terpercaya

## **ABSTRACT**

*Nowadays, the needs of information make a Youtube channel as a medium which used to find out information and entertainment that can be accessed anywhere and any time. Smartphone content review in Youtube channel can be seen as a references content to find the specification. The aim of this research are to find out the post responses after review smartphone's product in Youtube and to find out the level of confidence toward product's review in Youtube. This research is qualitative research which used uses and gratification theories that used descriptive method as a tool. The data collection technique were collected by deep interview, observation and documentation. The result shows that the content of smartphone product's review in Youtube affect the viewer purchase. The viewer using this content because they provide actual information besides as a consumer when reviewing. While, when viewer find out the information, viewer are not stuck in one channel because they need more complete information in another point of view. The choices of content review of smartphone products on Youtube make the viewer not really trust the information which provides the issues in smartphone. Through this content who already have had a choice or when they have not any choices that still has tendency to make purchase after viewing the content.*

*Keyword : review product of smartphone, youtube, responses, trusted source of information*