

**PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR *DIECAST* HOT
WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI
BENTUK PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA**

SKRIPSI

Oleh:

NATANAEL VINCENT TIMOTHY
2271650132



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR *DIECAST* HOT
WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI
BENTUK PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

NATANAEL VINCENT TIMOTHY
2271650132



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021)

80886884

Email: fiarpol@uki.ac.id, sekretariatfiarpol@gmail.com, Homepage :
<https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natanael Vincent Timothy

NIM : 2271650132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR *DIECAST* HOT WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI BENTUK PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 05 Mei 2026



Natanael Vincent Timothy



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia,
Telp. (021)-8092425, 8089190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: isps@ukristen.ac.id, Homepage : <http://www.ukristen.ac.id>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
JUDUL SKRIPSI: PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR *DIECAST* HOT
WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI BENTUK
PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA**

Oleh:

Nama : Natanael Vincent Timothy

No. Induk Mahasiswa : 2271650132

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 05 Mei 2026

Menyetujui,
Pembimbing

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

NIDN: 313119403

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dekan,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

NIDN: 0306108902

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)

NIDN: 314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.3, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461. Faks (021) 8088688-4
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 21 April 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Natanael Vincent Timothy
NPM : 2271650132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR DIECAST HOT WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI BENTUK PEMENUHAN INNER CHILD PADA PRIA DEWASA"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.	Ketua Sidang/Penguji I	
2. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si	Anggota/Penguji II	
3. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.	Anggota/Penguji III	

Jakarta, 05 Mei 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884

Email: info@ukri.ac.id, Homepage : <http://www.ukri.ac.id>

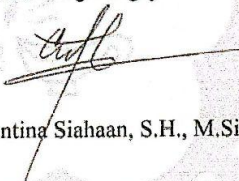
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Natanael Vincent Timothy
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650132
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR
DIECAST HOT WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI
BENTUK PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA**

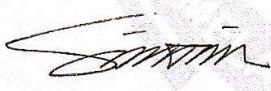
Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 21 April 2026

Jakarta, 05 Mei 2026

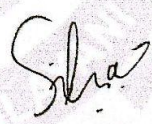
Menyetujui,
Ketua Sidang/Penguji I:


(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.)

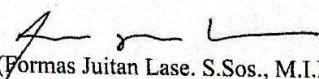
Penguji II


(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)

Penguji III


(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Natanael Vincent Timothy
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650132
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : **PRAKTIK KOMUNIKASI DIGITAL KOLEKTOR
DIECAST HOT WHEELS DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI
BENTUK PEMENUHAN *INNER CHILD* PADA PRIA DEWASA**

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-Eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 05 Mei 2026

Yang menyatakan,



Natanael Vincent Timothy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih, penyertaan, dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga tahap sidang tugas akhir. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini hingga menjelang sidang, penulis menyadari bahwa terdapat banyak dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan kekuatan dan penyertaan dalam setiap proses yang penulis jalani.
2. Mama dan Kak Nina, atas doa, dukungan, dan kasih yang tidak pernah berhenti.
3. Dosen Pembimbing, Kak Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom., atas bimbingan, arahan, dan kesabaran dalam membimbing penulis hingga tahap ini.
4. Kaprodi Ilmu Komunikasi, Kak Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom., atas dukungan dan arahannya.
5. Dosen Penguji, Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si., atas masukan yang membangun selama seminar proposal sampai seminar hasil dan Pak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si atas masukan nya juga pada saat sidang akhir.
6. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si., atas bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Staff Prodi Ilmu Komunikasi, Bang Ibed, atas bantuan dalam proses administrasi.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi (Prof Chontina, Kak Formas, Pak Singgih, Pak Baharuddin, Miss Helen, Ibu Sunengsih, Kak Marshel, Ibu Melati, Kak Silvi, dan Bang Julian) yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama masa studi.
9. Teman-teman terdekat: Mariana, Julya, Brema, Tiara, Elkata, Ace, Van, dan Zeffo, yang senantiasa menemani dan mendukung selama akhir semester ini.
10. Seluruh informan dalam penelitian ini (Ko Andro, Om Budi, Om Yoga, Ko Frans, dan Om Raya) yang telah meluangkan waktu dan berbagi pengalaman berharga.
11. Seluruh tenaga pendidik di FISIPOL atas dedikasinya dalam mendukung proses pendidikan penulis.
12. Seluruh teman-teman FISIPOL dan Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. *Brand* Hot Wheels, yang secara tidak langsung menjadi awal mula ide dan perjalanan penulisan skripsi ini.
14. Teman-teman serta para hamba Tuhan dari Gereja GSJA CWS Sentul City yang senantiasa memberikan dukungan doa.

Akhir kata saya sebagai penulis ucapkan terimakasih banyak dan semoga tulisan ini bisa menjadi berkat serta inspirasi yang bermakna.

Penulis,
Natanael Vincent Timothy

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
 BAB I.....	 1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	9
1.6 Metodologi Penelitian.....	21
 BAB II.....	 27
DESKRIPSI UMUM PENELITIAN.....	27
2.1 Tentang Mattel.....	27
2.2 Tentang Hot Wheels.....	28
2.3 Sejarah dan Perkembangan Hot Wheels.....	28
2.4 Kondisi Hot Wheels Saat Ini.....	29
2.5 <i>Event</i> Hot Wheels.....	29
2.6 Kolektor Hot Wheels.....	32
2.6 Aspek Sosial dan Budaya.....	33
2.7 Aspek Ekonomi.....	34
2.8 Aspek Politik dan Regulasi.....	34
2.9 Peran Media Sosial.....	35
 BAB III.....	 36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
3.1 Temuan Penelitian.....	36
3.1.1 Komunikasi Digital sebagai Ruang Utama Praktik Hobi Koleksi <i>Diecast</i>	

36	
3.1.2	<i>User-Generated Content</i> sebagai Ekspresi Diri dan Strategi Komunikasi dalam Praktik Hobi Koleksi Hot Wheels..... 39
3.1.3	<i>Brand Engagement</i> dalam Praktik Koleksi Hot Wheels: Antara Kedekatan Emosional, Aksesibilitas Merek, dan Posisi Top of Mind..... 42
3.1.4	Pemenuhan <i>Inner Child</i> melalui Praktik Koleksi Hot Wheels.....45
3.1.5	<i>Coping Mechanism</i> dan Komunikasi Non-Verbal dalam Koleksi <i>Diecast</i> Hot Wheels..... 48
3.1.6	<i>Brand Engagement</i> dan Perbedaan Hot Wheels pada evolusi Produk dan Preferensi Kolektor..... 49
3.2	Pembahasan..... 52
3.2.1	Komunikasi Digital sebagai Ruang Aktualisasi <i>Inner Child</i> Kolektor Pria Dewasa..... 52
3.2.2	<i>User-Generated Content</i> (UGC) sebagai Wujud Ekspresi Diri dan Pemenuhan <i>Inner Child</i>54
3.2.3	<i>Brand Engagement</i> Hot Wheels sebagai Penguat Pengalaman Emosional dan Nostalgia.....56
3.2.4	Pemenuhan <i>Inner Child</i> melalui Praktik Koleksi di Ruang Digital..... 57
3.2.5	Koleksi Hot Wheels sebagai <i>Coping Mechanism</i> dalam Kehidupan Dewasa (Fokus Ilmu Komunikasi dan Temuan Baru)..... 61
3.2.6	<i>Brand Engagement</i> dan Perbedaan Hot Wheels pada Evolusi Produk dan Preferensi Kolektor.....62
3.2.8	Hasil Observasi Lapangan di IDS 2026 Hot Wheels sebagai Pemenuhan <i>Inner Child</i> pada Kolektor Pria Dewasa..... 64
3.2.9	Hasil Observasi Online Hot Wheels sebagai Pemenuhan <i>Inner Child</i> pada Kolektor Pria Dewasa..... 68
BAB VI	 72
KESIMPULAN DAN SARAN	 72
4.1	Kesimpulan..... 72
4.2	Saran..... 74
DAFTAR PUSTAKA	 76
LAMPIRAN	 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Momen <i>hunting</i> Hot Wheels di IDE 2025.....	2
Gambar 1.2 Hot Wheels <i>Super Treasure Hunt</i>	3
Gambar 1.3 Hot Wheels <i>Premium Chase Car</i>	3
Gambar 1.4 Group Chat Komunitas <i>Diecast & Hot Wheels</i>	5
Gambar 1.5 Facebook Hot Wheels <i>Collector Indonesia</i>	5
Gambar 1.6 Kerangka Landasan Teori & Konsep.....	20
Gambar 2.1 Logo dan tagline perusahaan Mattel.....	27
Gambar 2.2 Logo Hot Wheels.....	28
Gambar 2.3 Hot Wheels <i>50th Anniversary Legends Tour</i>	30
Gambar 2.4 Hot Wheels dan Honda Indonesia bekerjasama meluncurkan Hot Wheels Honda Civic Estilo (Civic EG).....	30
Gambar 2.5 Hot Wheels Indonesia <i>Collection Convention 2025</i>	31
Gambar 2.6 Hot Wheels resmi meluncurkan <i>Convention Car 2025</i> berupa Porsche 911 Carrera RS 3.8 “ <i>Hippie Livery</i> ”.....	31
Gambar 2.7 F1 x Hot Wheels <i>Launching</i> di Neo Soho Mall, Jakarta.....	32
Gambar 2.8 Kolektor Hot Wheels Indonesia.....	33
Gambar 2.9 <i>Event</i> Hot Wheels <i>Racing League</i>	34
Gambar 3.0 Acara <i>Event International Diecast Show 2026</i>	64
Gambar 3.1 Pengunjung Pria Dewasa IDS 2026 di depan pintu masuk.....	64
Gambar 3.2 Pengunjung Pria Dewasa di IDS 2026 di dalam <i>venue</i>	65
Gambar 3.3 <i>Hunting</i> Hot Wheels di IDS 2026.....	65
Gambar 3.4 Lomba Balap Hot Wheels di IDS 2026.....	66
Gambar 3.5 Foto bersama Ko Yosip, Ko Frans, Om Dede dan Om Odel.....	67
Gambar 3.6 Instagram @diecastdandiorama milik Om Dede.....	67
Gambar 3.7 <i>Toys Gen</i> konsep Baru <i>Toys Kingdom</i>	69
Gambar 3.8 <i>A billion dollar toy market driven by “Kidults”</i>	70
Gambar 3.9 Hot Wheels <i>campaign</i>	71

DAFTAR SINGKATAN

IDS	: <i>International Diecast Show</i>
UGC	: <i>User-Generated Content</i>
IDE	: <i>Indonesia Diecast Expo</i>
IMX	: <i>Indonesia Modification & Lifestyle Expo</i>
RLC	: <i>Red Line Club</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara 1.....	80
Lampiran 2. Coding Wawancara Informan 1 (@andro.diecast).....	89
Lampiran 3. Transkrip Wawancara 2.....	95
Lampiran 4. Coding Wawancara Informan 2 (@ctzdiecaster.....	110
Lampiran 5. Transkrip Wawancara 3.....	115
Lampiran 6. Coding Wawancara Informan 3 (@svrz.diecast).....	124
Lampiran 7. Transkrip Wawancara 4.....	129
Lampiran 8. Coding Wawancara Informan 4 (Frans Sanjaya).....	139
Lampiran 8. Transkrip Wawancara 5.....	144
Lampiran 9. Coding Wawancara Informan 5 (Raya Fahreza).....	157



ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital telah mengubah cara individu mengekspresikan hobi dan identitas diri di ruang publik. Salah satu fenomena yang muncul adalah maraknya pria dewasa yang aktif memproduksi konten digital seputar koleksi *diecast* Hot Wheels di platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Namun kajian akademik yang secara spesifik menelaah praktik komunikasi digital tersebut sebagai bentuk pemenuhan *inner child* belum pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana praktik komunikasi digital kolektor *diecast* Hot Wheels dalam memproduksi konten seperti *hunting vlog*, *unboxing*, dan *review* menjadi bentuk pemenuhan *inner child* pada pria dewasa. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi dan paradigma interpretatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap lima informan pria dewasa yang aktif mengoleksi dan memproduksi konten digital, observasi non-partisipatif di *International Diecast Show 2026* (IDS 2026), serta dokumentasi digital konten kolektor di berbagai platform media sosial. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan tematik dengan kerangka konseptual komunikasi digital, *brand engagement*, *user-generated content* (UGC), dan *inner child*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital telah menjadi ruang utama tempat para kolektor menjalankan dan memaknai hobi mereka. Produksi konten digital tidak sekadar berfungsi sebagai dokumentasi hobi, melainkan menjadi tempat ekspresi diri yang menghadirkan kembali pengalaman emosional masa kecil. Para informan memaknai aktivitas tersebut sebagai cara memenuhi *inner child*, yakni kebutuhan emosional yang berakar dari keterbatasan di masa kecil dan kini dapat dipenuhi secara mandiri di usia dewasa. UGC yang dihasilkan mencakup dimensi informatif, emosional, dan eksperiensial yang tumbuh organik dari dorongan berbagai pengalaman, sekaligus memperkuat *brand engagement* terhadap Hot Wheels secara aktif dan berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik komunikasi digital kolektor *diecast* Hot Wheels merupakan bentuk nyata pemenuhan *inner child* pada pria dewasa, di mana media sosial berfungsi sebagai jembatan antara pengalaman batin masa kecil dan ruang publik digital tempat pengalaman itu dikomunikasikan dan mendapat penerimaan dari komunitas.

Kata kunci: komunikasi digital, *inner child*, *diecast* Hot Wheels, *user-generated content*, *brand engagement*, produksi konten, fenomenologi

ABSTRACT

The development of digital communication has transformed the way individuals express their hobbies and identities in public spaces. One emerging phenomenon is the increasing number of adult men actively producing digital content related to Hot Wheels diecast collections on platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok. However, academic studies that specifically examine these digital communication practices as a form of fulfilling the inner child have not yet been conducted. This study focuses on how the digital communication practices of Hot Wheels diecast collectors through content production such as hunting vlogs, unboxing, and reviews serve as a form of inner child fulfillment among adult men. The research employs a qualitative approach using phenomenological methods within an interpretive paradigm. Data were collected through in-depth semi-structured interviews with five adult male informants who actively collect and produce digital content, non-participant observation at the International Diecast Show 2026 (IDS 2026), and digital documentation of collectors' content across various social media platforms. The analysis was conducted using a thematic approach with a conceptual framework of digital communication, brand engagement, user-generated content (UGC), and the inner child. The findings indicate that digital communication has become the primary space where collectors perform and interpret their hobbies. Content production functions not merely as documentation but as a form of self-expression that revives emotional experiences from childhood. Informants perceive this activity as a way to fulfill their inner child an emotional need rooted in childhood limitations that can now be independently satisfied in adulthood. The resulting UGC encompasses informative, emotional, and experiential dimensions that grow organically from the desire to share experiences, while simultaneously strengthening active and sustained brand engagement with Hot Wheels. This study concludes that the digital communication practices of Hot Wheels diecast collectors represent a tangible form of inner child fulfillment among adult men, where social media serves as a bridge between internal childhood experiences and the digital public space in which these experiences are communicated and socially acknowledged.

Keywords: *digital communication, inner child, Hot Wheels diecast, user-generated content, brand engagement, content production, phenomenology.*