

BAB 1

PENDAHULUAN

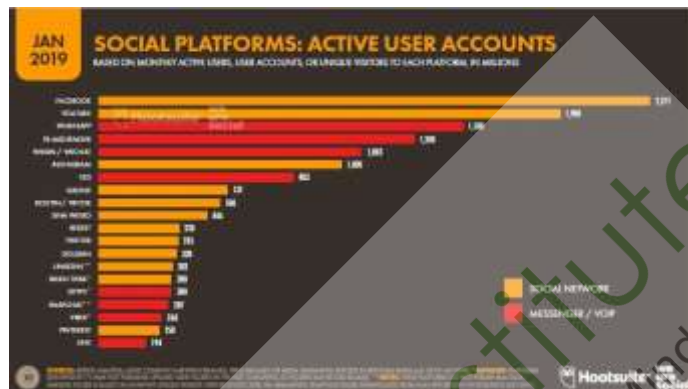
1.1 Latar Belakang

Sepeda motor merupakan kendaraan roda dua yang digerakkan oleh mesin. Sepeda motor berfungsi memudahkan pekerjaan manusia dalam bertransportasi dari satu tempat ke tempat yang lain. Sepeda motor merupakan salah satu kendaraan yang sangat populer di Indonesia jika dibandingkan dengan kendaraan lain seperti mobil dan bus karena harganya relatif murah, penggunaan bahan bakar yang rendah, serta penggunaannya sangat mudah. Seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan pola pikir dalam masyarakat, khususnya pecinta otomotif. Pergeseran fungsi sepeda motor sebagai alat transportasi, kini juga berfungsi sebagai penunjang penampilan pemilik sepeda motornya.

Pecinta otomotif sering kali menghabiskan waktunya untuk memenuhi hasrat mereka dalam memodifikasi motornya. Modifikasi sepeda motor adalah kegiatan mengubah tampilan sepeda motor sehingga terlihat lebih bagus dan mewah. Untuk mewujudkan tampilan sepeda motor yang lebih bagus, dibutuhkan aksesoris serta *parts* yang beragam harganya. Harga dari aksesoris dan *parts* yang ditawarkan beragam, mulai dari ratusan ribu rupiah hingga ratusan juta rupiah. Pecinta otomotif yang memiliki kekuatan finansial bahkan ada yang memodifikasi sepeda motornya dengan harga sampai ratusan juta rupiah. Proses modifikasi dari yang ringan sampai yang benar-benar hampir merubah seluruh tampilan sepeda motor bukan lagi pemandangan yang aneh. Modifikasi sepeda motor tersebut dapat meliputi modifikasi ringan, modifikasi sedang, modifikasi besar, dan modifikasi ekstrim.

Dengan perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini, memudahkan setiap orang untuk mengakses atau mendapatkan informasi melalui berbagai media berbasis *online*. Media *online* menjadi media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi dari setiap orang. Media berbasis *online* tersebut

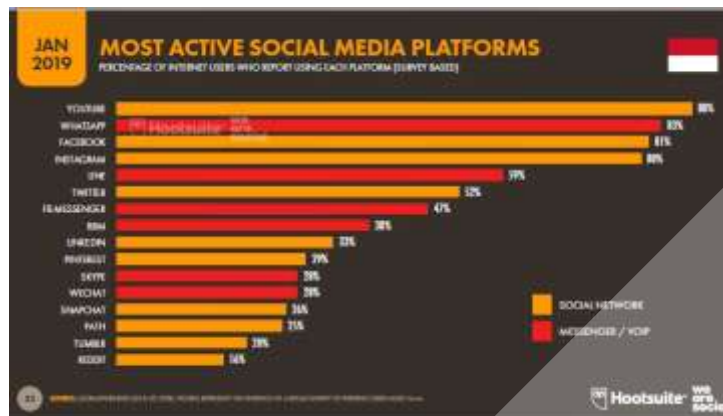
mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan kemudahan akses tersebut, para pecinta motor mendapatkan banyak referensi dalam memodifikasi motor mereka. Salah satunya melalui Youtube.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna aktif sosial media di dunia

Sumber : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> diakses 9 Maret 2020

Berdasarkan Gambar 1.1, menurut survey yang dilakukan oleh We Are Social, tahun 2019 Facebook menjadi laman sosial media yang paling sering dikunjungi oleh pengguna aktif dengan sebanyak 2,2 miliar pengguna aktif, Youtube dengan pengguna aktif sebanyak 1,9 miliar pengguna. Namun di Indonesia, Youtube menjadi laman media sosial yang paling sering dikunjungi. Hal inilah yang pada akhirnya dapat dilihat, bahwa masyarakat Indonesia sangat aktif menggunakan sosial media, terutama Youtube.



Gambar 1.2 jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia.

Sumber : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> diakses 9 Maret 2020

Youtube merupakan situs *online* yang membagikan konten audio visual berupa video yang diunggah oleh penggunanya kepada seluruh khalayak. Didirikan bulan Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Ada banyak jenis konten video di Youtube yang ditonton oleh khalayak, seperti video hewan lucu, video blog (vlog), *video game*, *review product*, musik, *pranks video* (video jahil), *video tutorial*, video gosip selebriti, video otomotif, video edukasi dan lainnya. Salah satu konten yang ditonton adalah konten video otomotif. Konten video otomotif yang dibahas di Youtube beragam tema pembahasannya, seperti modifikasi sepeda motor, kegiatan *touring* komunitas otomotif, serta perlengkapan *bikers*. Dari banyaknya jenis konten otomotif tersebut, salah satu yang menarik untuk dilihat adalah konten modifikasi sepeda motor. Salah satu kanal Youtube yang membahas konten otomotif yaitu kanal Youtube Layz Motor. Layz Motor adalah toko yang menjual berbagai macam aksesoris sepeda motor. Layz Motor memulai membuat kanal Youtube sejak tahun 2012 yang sudah memiliki 2.000.000 *subscribers* dan telah mengunggah lebih dari tiga ratus video.

Layz Motor menyadari tingginya minat memodifikasi tampilan sepeda motor hingga mencapai ratusan juta rupiah. Untuk itu mereka membuat konten video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” yang diunggah tiap minggunya di kanal Youtube Layz Motor. Konten tersebut memperlihatkan hasil kerja modifikasi sepeda motor pelanggan Layz Motor menggunakan produk *branded* dengan harga yang tinggi. Pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” berdurasi 16 menit yang diunggah tanggal 6 Oktober 2019 telah dilihat oleh lebih dari 800.000 *viewers*, memperlihatkan barang-barang yang terpasang di dua sepeda motor Honda CBR250RR. (Layz Motor, <https://www.youtube.com/watch?v=LIW5RAoWB8I&t=205s>, Akses pada tanggal 20 Februari 2020). Dimulai dari harga velg motor merk OZ Racing impor dari Italia dengan harga empat puluh dua juta rupiah, body sepeda motor dengan bahan carbon kevlar hingga dua puluh empat juta rupiah, knalpot Akrapovic impor dari Slovenia dengan harga dua puluh empat juta rupiah, kaliper rem Brembo impor dari Italia dengan kisaran harga satu set sampai dua puluh juta rupiah, dan per shockbreaker belakang Ohlins impor dari Swedia dengan kisaran harga sembilan juta rupiah. Mereka melakukan itu dalam satu kali pembelian.

Dari konten video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” oleh kanal Youtube Layz Motor tersebut akan dimaknai beragam oleh khalayak. Analisis resepsi khalayak memiliki konsep dasar khalayak aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada dalam tayangan sebuah film atau drama-drama seri yang ditontonnya, dan juga cerita dalam novel yang dibacanya (Ida, 2014:161)

Dalam penelitian ini, anggota komunitas Ceberus merupakan khalayak aktif. Komunitas Ceberus adalah komunitas sepeda motor yang mewadahi bagi para pengguna *website* Kaskus yang menyukai atau memiliki sepeda motor

Honda CBR. Anggota Ceberus sebagai khalayak aktif, khalayak yang mampu mereproduksi makna mengenai modifikasi dalam tayangan video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” Pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” yang diunggah pada tanggal 6 Oktober 2019. Sehingga peneliti tertarik untuk membuat penelitian “Analisis Resepsi Komunitas Ceberus Mengenai Modifikasi Dalam Konten Video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” di Kanal Youtube Layz Motor”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, peneliti tertarik meneliti “Bagaimana resepsi anggota komunitas sepeda motor Ceberus mengenai modifikasi sepeda motor dalam konten video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” di kanal Youtube Layz Motor?”.

1.3 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti membatasi penelitian pada analisis resepsi anggota komunitas Ceberus mengenai modifikasi dalam konten “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” Pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” di kanal Youtube Layz Motor yang tayang tanggal 6 Oktober 2019 dalam posisi pemaknaan teori *encoding-decoding* Stuart Hall apakah dominan-hegemoni, negosiasi, atau oposisi.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari pokok permasalahan di atas, peneliti bertujuan untuk mengetahui pemaknaan dari anggota komunitas sepeda motor Ceberus mengenai modifikasi sepeda motor yang ditontonnya mengenai video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo”

Pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” yang tayang 6 Oktober 2019 dari kanal Youtube Layz Motor.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi positif terhadap Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian terkait resepsi khalayak komunitas sepeda motor Ceberus dalam gaya hidup dalam video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo” Pada episode “Ketika Adiknya Lebih Hedon! Komparasi Harga Modifikasi Honda CBR250RR Terhedon!” yang tayang 6 Oktober 2019 dari kanal Youtube Layz Motor.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, peneliti berharap dengan penelitian ini, dapat memberikan informasi yang berguna untuk pembuat konten video “Seberapa Mahal Modifikasi Lo?” yaitu Layz Motor, agar lebih memahami khalayak medianya. Karena setiap informasi yang diunggah akan dimaknai beragam.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN: Bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA: Bab ini menjelaskan teori yang digunakan, konsep-konsep yang ditinjau dari literatur dan berisikan studi penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan tema penelitian

BAB 3 METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan paradigma dalam penelitian, metode penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN: Bab ini berisikan penjelasan mengenai tayangan analisis dan interpretasi data dari hasil pengumpulan data dan analisis dari peneliti dengan menggunakan analisis resepsi.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN: Bab ini berisikan simpulan dari hasil analisis penelitian dan pembahasan yang dilakukan dan memberikan saran.



KALBIS Institute

Transforming • Hearts and Minds