

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Dalam sektor transportasi Indonesia, sepeda motor memiliki peran yang sangat vital dan mendalam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, jumlah sepeda motor yang beredar di negeri ini mencapai angka mengesankan, yaitu sekitar 120 juta unit. Ini menunjukkan bagaimana sepeda motor telah menjadi tulang punggung mobilitas rakyat Indonesia.

Sepeda motor telah menjadi pilihan utama bagi banyak individu dan keluarga untuk memenuhi berbagai kebutuhan mobilitas sehari-hari, termasuk perjalanan ke tempat kerja, pendidikan, berbelanja, dan rekreasi.

Fleksibilitas, efisiensi, dan ketersediaan sepeda motor telah membuatnya menjadi alat transportasi yang sangat disukai, terutama di daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh transportasi umum. Dalam hal ini, sepeda motor juga berperan dalam mengurangi ketimpangan aksesibilitas transportasi di berbagai wilayah Indonesia.

Menurut salah satu artikel yang (Putri, 2019) dalam artikelnya yang berjudul Kenapa “Orang Indonesia Suka Banget Naik Motor?” pada Kumparan.com oleh, Orang Indonesia cenderung lebih memilih sepeda motor sebagai pilihan utama transportasi sehari-hari karena kemudahan berkendara yang ditawarkan, harga jual yang cukup murah, serta kemudahan dalam memperolehnya melalui sistem pembayaran kredit atau dengan di cicil. Selain itu, sepeda motor juga dianggap lebih hemat karena irit BBM, lebih bisa mengefisiensikan waktu, dan dapat membantu menghindari kemacetan di kota-kota besar karena kemampuannya untuk “selap-selip”. Sepeda motor juga memberikan kebebasan fleksibilitas yang lebih dibandingkan transportasi umum bagi penggunanya

Salah satu produsen sepeda motor yang berhasil mendominasi pasar Indonesia adalah Honda. Menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Honda menguasai 77,68% pangsa pasar domestik sepeda

motor pada tahun 2021. Pada tahun yang sama, Honda mencatat penjualan sebanyak 3.928.788 unit, sementara Yamaha hanya berhasil mencatatkan angka penjualan sebanyak 1.063.866 unit atau menguasai 21,04% dari pangsa pasar. Keberhasilan ini dapat diatribusikan pada popularitas yang tinggi dan kepercayaan yang diberikan oleh konsumen terhadap merek Honda.

Namun dalam beberapa tahun terakhir, teknologi rangka terbaru yang diklaim dibuat dengan teknologi modern dan bahan terbaik milik Honda tersebut telah mengalami sejumlah kontroversi. Isu – isu yang muncul seperti mudahnya rangka tersebut mengalami karat dan kerentanannya untuk mengalami kepatahan. Hal tersebut menimbulkan keprihatinan serius dalam kalangan konsumen dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) PT Astra Honda Motor. Isu – isu ini tidak hanya mempengaruhi citra merek Honda Indonesia sebagai produsen sepeda motor terkemuka, tetapi juga memunculkan pertanyaan penting tentang keselamatan pengendara. Peningkatan keraguan tersebut dapat berdampak pada penurunan penjualan, yang pada gilirannya dapat mengurangi pendapatan perusahaan. Lebih jauh lagi, reputasi merek yang telah dibangun selama bertahun-tahun dapat terkikis dengan cepat akibat masalah kualitas ini. Oleh karena itu, diperlukan tindakan yang efektif dan tepat waktu dari Honda Indonesia untuk mengatasi masalah ini, memulihkan kepercayaan konsumen, dan memastikan bahwa keselamatan pengendara tetap menjadi prioritas utama dalam pengembangan produk sepeda motor mereka.

Patahan rangka dapat berpotensi mengakibatkan kecelakaan serius dan bahkan cedera fisik bagi pengendara. Oleh karena itu, penanganan masalah ini tidak hanya berkaitan dengan reputasi merek atau penjualan, tetapi juga menyangkut keselamatan dan kesejahteraan konsumen. Mendorong peningkatan dalam aspek keamanan dan kualitas produk sepeda motor adalah langkah yang esensial bagi Honda Indonesia untuk mendapatkan kembali kepercayaan konsumen dan memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar keselamatan yang ketat.

Kasus ini juga telah tersebar luas melalui berbagai kanal media di Indonesia, termasuk berita online. Portal berita online memiliki peran yang penting dalam proses penyebaran informasi tersebut. Informasi terkait isu-isu seputar keandalan produk sepeda motor Honda dan dampaknya pada keselamatan pengendara telah menjadi sorotan utama di berbagai platform berita daring. Dalam era informasi digital, berita online memiliki daya jangkauan yang luas dan sangat memengaruhi persepsi publik terhadap masalah ini. Masyarakat luas telah mengandalkan berita online sebagai sumber utama informasi, sehingga peran portal berita dalam memberikan laporan yang akurat dan seimbang sangat krusial dalam memahami dan mengatasi isu-isu yang muncul dalam konteks ini.

Awal mula dari viralnya kasus ini adalah saat beberapa pengguna motor Honda mengunggah video mengenai motor Honda nya yang patah. Salah satunya adalah video yang viral pada media sosial TikTok yang diunggah oleh pengguna dengan *username* @azka3044 yang membagikan video mengenai motor Honda nya yang mengalami keropos pada bagian rangka. Kemudian isu tersebut menjadi semakin viral ketika pengguna TikTok dengan *username* @imanmadden mengunggah video yang serupa. Video tersebut memperlihatkan beberapa kompilasi video motor Honda yang rangka nya patah.

Video tersebut viral dengan jumlah penonton sebesar 5.4 juta. Video tersebut menuai banyak opini pada kolom komentarnya. Ada yang menghina dan mengolok – olok motor dengan sebutan “AHMpass” yang merupakan plesetan dari PT. AHM yang diplesetkan menjadi ampas. Mulai dari situ, semakin banyak orang yang melihat video tersebut dan ikut serta membagikan keluhan nya terhadap produk Honda tersebut. Saking ramainya, kasus tersebut bahkan menarik perhatian banyak portal berita online hingga, jurnalis, dan *influencer* otomotif.

Sebagai bentuk tindak lanjut, pemerintah melalui Kementerian Perhubungan (Kemenhub) memanggil PT Astra Honda Motor (AHM) terkait permasalahan rangka eSAF (enhanced Smart Architecture) yang berkembang di masyarakat. Dari hasil pertemuan tersebut terbentuklah tim

investigasi yang terdiri dari Kemenhub, Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT), dan juga AHM .

Menurut Direktur Sarana Transportasi Jalan Ditjen Perhubungan Darat, Danto Restyawan, pertemuan ini penting dilakukan karena mereka perlu menelusuri dan meminta penjelasan kepada PT AHM. Hal ini dilakukan tentu dalam rangka memastikan terwujudnya kendaraan bermotor yang berkeselamatan. Sebagai bentuk tindak lanjut, pemerintah akan membentuk tim penelitian.

Menurut artikel berita yang dijadikan unit manalisis, setelah melakukan investigasi menyeluruh terkait isu rangka sepeda motor yang patah. Hasil investigasi menunjukkan bahwa kerusakan tersebut terjadi pada sepeda motor yang sering terkena air laut. Air laut yang mengandung garam dapat mempercepat proses korosi pada logam, termasuk rangka sepeda motor. Namun, AHM menegaskan bahwa sepeda motor yang mengalami kerusakan tersebut merupakan produk lama dan bukan menggunakan rangka jenis eSAF.

Selain itu, AHM juga memberikan penjelasan mengenai klaim karat yang menempel pada rangka sepeda motor. Menurut AHM, apa yang dikeluhkan konsumen sebagai 'karat' sebenarnya adalah silikat. Silikat adalah senyawa kimia yang biasanya digunakan dalam proses pengelasan. Fungsi silikat adalah melapisi hasil pengelasan, sehingga mencegah terjadinya oksidasi atau karat pada rangka. Selain itu, silikat juga membantu membuat hasil pengelasan lebih optimal dan tahan lama.

Adapun dua media yang akan menjadi fokus pada penelitian ini adalah dua media yang memiliki fokus berbeda, yaitu Detik.com dan GridOto.com.

Pertama, Detik.com adalah salah satu portal berita umum terkemuka di Indonesia. Media ini dikenal dengan cakupan berita yang luas, mencakup berbagai topik seperti politik, ekonomi, hiburan, kesehatan, dan lain-lain. Detik.com sering kali menjadi sumber informasi penting bagi masyarakat Indonesia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dengan berfokus pada berita umum, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana

Detik.com mengelola dan menyajikan berita dengan cakupan yang begitu beragam, serta bagaimana dampaknya terhadap pemahaman masyarakat tentang berbagai isu. Menurut data yang disediakan oleh *similarweb*, detik.com memiliki *traffic* terbanyak, dalam *Top Websites Ranking* milik *similarweb*, dibandingkan portal berita online lokal lainnya.

Kedua, GridOto.com adalah media yang memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu berkaitan dengan dunia otomotif. Media ini menjadi salah satu sumber informasi bagi pecinta otomotif di tanah air, termasuk berita tentang mobil, motor, dan segala hal yang terkait dengan kendaraan bermotor. Dengan fokus yang lebih spesifik, GridOto.com akan menjadi media yang menjadi sumber artikel berita yang dipilih oleh peneliti karena menurut data yang disajikan oleh *similarweb*, GridOto memiliki angka pengunjung tertinggi dibandingkan media berbasis otomotif lainnya seperti *motorplus-online.com*, *autofun.co.id*, *oto.com* dan masih banyak lagi, dengan jumlah pengunjung sebesar 14.1 Juta pengunjung per July 2023.

Jangka waktu yang akan menjadi observasi peneliti adalah bulan Agustus hingga September 2023. Alasan pengambilan tanggal tersebut adalah awal mulanya peristiwa tersebut menjadi kasus yang viral dan melibatkan banyak orang,

Adapun pembedaan berita pada rubrik otomotif pada media umum Detik.com dan media yang memang berfokus pada otomotif yaitu GridOto memiliki beberapa perbedaan, seperti pada penulisan judul.

#### Rangka eSAF Honda Dituding Keropos, Punya Garansi 1 Tahun atau 10 Ribu Km

Luthfi Anshori - detikOto  
Selasa, 22 Agu 2023 10:25 WIB



Honda Genio. Foto: Dok. Astra Honda Motor (AHM)

#### Biaya dan Syarat Beli Rangka eSAF di AHASS, Nomor Rangka Sama, Prosesnya Bisa Enam Bulan

Muhammad Rizqi Pradana - Rabu, 23 Agustus 2023 14:20 WIB



Gambar 1.1 : Perbedaan penulisan judul rangka eSAF keropos (oto.detik.com 2023, GridOto.com 2023)

Berdasarkan kasus yang sama, Terlihat ada perbedaan dalam gaya penulisan sama, detik.com (kiri) memiliki judul yang cenderung membuat pembaca merasa aman jika memiliki motor Honda karena, rangkanya memiliki garansi yang cukup lama terutama dalam penggunaan kata “Punya Garansi 1 Tahun atau 10 Ribu Km” pada judul nya. sedangkan pada media GridOto.com (kanan), penulisan judul seakan mengarah kalau proses penggantian rangka merupakan proses yang lama. Penulisan pada media GridOto.com juga seakan membuka fakta terkait sistem penggantian rangka honda yang belum terlalu matang. GridOto seakan mengemukakan fakta yang mungkin tidak dibukakan oleh media lain yaitu fakta di lapangan, terkait penggantian rangka akibat keropos. Pada penulisan judul di GridOto.com, tidak sama sekali dituliskan kata “keropos”, namun pada isi artikel berita, terdapat kalimat pembuka seperti berikut “*Buat sobat dengan motor Honda yang rangka eSAF (enchanced Smart Architecture Frame)-nya sudah keropos atau patah dan masa garansinya sudah habis, bisa melakukan pembelian di bengkel resmi Honda yaitu AHASS.*” Hal ini menunjukkan kalau kasus yang dibukakan pada GridOto.com sama seperti yang ada pada detik.com, namun dengan penulisan judul yang berbeda.

Dari kedua media tersebut, kita dapat melihat informasi mengenai realitas yang sedang atau telah berlangsung di suatu tempat. Sedangkan realitas yang diperlihatkan pada media terhadap pembaca bukanlah realitas yang sesungguhnya, melainkan realitas yang sudah dibingkai sedemikian rupa dan dipoles oleh media tersebut. Maka dari itu, peran media dalam proses mengkonstruksi suatu peristiwa menjadi signifikan dalam pembentukan realitas sosial. Untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksi berita, digunakan analisis framing. Dengan menggunakan analisis framing, kita dapat memahami bagaimana media menggambarkan suatu peristiwa dengan menyoroti elemen-elemen khusus sambil mengabaikan aspek-aspek lainnya. Selain itu, kita dapat melihat bagaimana media meletakkan informasi dalam konteks tertentu, sehingga isu tertentu

mendapatkan lebih banyak perhatian dan perhatian daripada isu lainnya. Dalam praktiknya, hampir semua media akan melakukan seleksi terhadap isu-isu yang ada, dengan menonjolkan isu tertentu sambil mengabaikan isu-isu lainnya, serta fokus pada aspek tertentu dari isu tersebut sambil menyembunyikan atau bahkan menghilangkan aspek-aspek yang lain.

Maka dari itu, peneliti ingin meneliti dengan menggunakan metode analisis framing untuk menemukan framing yang digunakan dalam media dalam menyusun berita dengan menggunakan media massa sebagai acuan analisis. Hal ini bertujuan agar kita dapat merinci konstruksi suatu berita. Adapun model analisis framing yang digunakan adalah analisis framing Robert M. Entman. Menurut Sobur (2013), *media framing* adalah teknik penyajian realitas yang tidak dimanipulasi seluruhnya, namun dibelokan sedikit dan dengan halus dengan menonjolkan sebagian fakta secara selektif terhadap realita lainnya. Kasus terkait keandala produk sepeda motor Honda yang telah tersebar luas melalui berbagai media, termasuk berita online, memperlihatkan bagaimana media framing dapat memengaruhi persepsi publik. *Media framing*, sebagai alat penting dalam penulisan berita, memungkinkan media berita untuk menekankan aspek tertentu dari isu tersebut sambil mengabaikan aspek lain. Dalam kasus ini, cara berita tersebut di-frame oleh berbagai portal berita online dapat berdampak besar pada cara masyarakat melihat masalah keandalan produk Honda, dan ini dapat berkontribusi pada pembentukan opini masyarakat. Dengan memilih berita-berita yang menyoroti isu-isu yang krusial terkait keamanan dan kualitas produk Honda, media dapat mempengaruhi pemahaman publik tentang masalah tersebut, yang pada gilirannya dapat memengaruhi opini mereka dan bahkan kebijakan yang dibuat oleh pihak terkait. Oleh karena itu, keterkaitan antara media framing dan peran media berita dalam membentuk opini publik adalah bagaimana suatu media membingkai berita sangat berpengaruh terhadap opini publik, terutama media – media besar dengan audiens yang banyak juga.

Pada penelitian ini, unit analisis yang akan diteliti adalah berita – berita yang di unggah pada Rubrik otomotif detik.com dan GridOto.com

dengan pembahasan mengenai rangka eSAF Honda yang mudah keropos yang sebanyak 46 berita pada detik.com, dan sebanyak 99 berita pada GridOto.com. Akan dipilih sebanyak 10 berita dari detik.com dan GridOto.com periode agustus 2023 – september 2023 yang berisikan berita tentang kasus rangka eSAF milik honda yang keropos. Periode tersebut dipilih berdasarkan kronologi berkembangnya kasus tersebut, mulai dari kasus tersebut viral, sampai turun tangannya kemenhub beserta KNKT, hingga adanya hasil penemuan dari kemenhub dan KNKT.

Penelitian ini menggunakan 3 penelitian terdahulu sebagai acuan. Penelitian pertama berjudul “Kontruksi Pemberitaan Gerakan #2019GANTIPRESIDEN”, kemudian penelitian kedua berjudul “Gerakan Fajar Nusantara (Gafatar) dalam Bingkai Media” dan yang ketiga berjudul “Kasus Hoax Ambulans Pemprov DKI Dalam Bingkai Media Online”

Ketiga penelitian tersebut memiliki konsep yang serupa dengan penelitian ini di mana mereka meneliti bagaimana media membingkai sebuah berita menggunakan model framing Robert M. Entman. Ketiga penelitian terdahulu tersebut, sama – sama membandingkan antara dua media yang berbeda dalam penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada kasus Rangka sepeda motor eSAF milik Honda yang mudah keropos, karena kasus tersebut menarik untuk di teliti karena kasus ini melibatkan produsen kendaraan bermotor roda dua terbesar di Indonesia. Menurut data yang diberikan oleh AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) Honda memiliki pangsa pasar sebesar 77.68% per Tahun 2021 yang secara langsung juga berdampak ke banyak masyarakat di Indonesia yang menggunakan produk mereka tersebut dan juga melibatkan keselamatan mereka.

Berdasarkan pemaparan yang dituliskan di atas, maka judul penelitian yang diangka toleh peneliti adalah “Pembingkaian Pemberitaan Kasus Rangka Sepeda Motor Honda Keropos (Analisis Framing Entman Pada Situs GridOto.com dan Rubrik Otomotif detik.com Periode Agustus – September 2023)”



## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah, Bagaimana perbandingan pembingkai pemberitaan kasus rangka eSAF yang mudah keropos antara rubrik otomotif media umum yaitu Detik.com dan media yang berfokus pada otomotif yaitu GridOto.com pada periode Agustus – September 2023

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian pada penelitian ini adalah, menemukan (mendeskripsikan) perbedaan pembingkai berita antara Detik.com dan GridOto.com, pada kasus yang sama, yaitu isu rangka eSAF Honda yang mudah keropos.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk studi media dan jurnlaisme terkait pembingkai suatu isu, memperkaya mengenai penelitian terkait, serta memperkaya pemahaman tentang bagaimana tiap media memiliki cara pembingkai yang berbeda dari media lainnya.

Selain dari itu, penelitian ini juga memiliki manfaat untuk lebih mendalami lagi mengenai penelitian analisis framing dengan metode Robert M. Entman, yaitu dengan memahami bagaimana media dapat membingkai dan membentuk realitas, sesuai dengan agenda atau tujuan dari media tersebut.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat membantu Masyarakat dalam meningkatkan kesadaran mereka tentang peran media dalam membingkai isu – isu yang terjadi. Dengan membandingkan bagaimana dua media dengan perspektif/fokus yang berbeda dapat mempengaruhi isi dari produk jurnalisme yang dihasilkan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Masyarakat dalam mengidentifikasi framing media serta memahami pembingkai yang berbeda yang mungkin terjadi akibat perbedaan sudut pandang dan audiens