



PERSEPSI NETIZEN TERHADAP ISU PENGGUNAAN RANGKA ESAF YANG RAWAN PATAH

Luhur Faris Abqari

Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur
21043010210@student.upnjatim.ac.id

Sekar Mayang Qurota Ayunin

Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur
21043010311@student.upnjatim.ac.id

Atma Putra Wicaksana

Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur
21043010314@student.upnjatim.ac.id

Diana Amalia

Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Jawa Timur
diana_amalia.ilkom@upnjatim.ac.id

Alamat : Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur
60294

Abstrak. *The development of motorcycles in Indonesia is reflected in factors such as affordable prices, low maintenance costs, and brand reputation, particularly Honda. However, attention is focused on the issue of the eSAF frame in the Honda BeAT, which experiences corrosion, rust, and breakage, sparking debates on social media. The quality of the frame has become a focal point, necessitating transparency and adequate solutions from the manufacturer. This research employs a qualitative descriptive approach, concentrating on the analysis of TikTok social media content on the @welovehonda account and interviews with 30 netizens regarding the Honda eSAF frame issue. Respondents, mostly aged 20-29, express concerns about the quality, performance, and durability of the eSAF frame in their purchasing decisions. Interviews reveal that netizens seek quality improvement and maintenance guidelines as solutions to uncertainties surrounding the eSAF frame. The research concludes by emphasizing the importance of quality, durability, and frame performance, highlighting the collaborative role of manufacturers, authorities, and user communities in enhancing trust in these motorcycle products.*

Keywords: motorcycle; eSAF frame; netizen; quality.

Abstrak. Perkembangan sepeda motor di Indonesia tercermin dalam faktor harga terjangkau, biaya perawatan murah, dan reputasi merek, khususnya Honda. Namun, perhatian terpusat pada masalah rangka eSAF pada Honda BeAT, yang mengalami keropos, berkarat, dan patah, memicu perdebatan di media sosial. Kualitas rangka ini menjadi sorotan, menimbulkan kebutuhan akan transparansi dan solusi yang memadai dari pihak produsen. Penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus pada analisis konten media sosial TikTok di akun @welovehonda dan wawancara dengan 30 netizen terkait isu rangka eSAF Honda. Responden, sebagian besar berusia 20-29 tahun, mencerminkan kekhawatiran terhadap kualitas, kinerja, dan daya tahan rangka eSAF dalam keputusan pembelian. Wawancara menunjukkan bahwa netizen menginginkan peningkatan kualitas dan panduan perawatan sebagai solusi atas ketidakpastian terkait rangka eSAF. Kesimpulan penelitian menggarisbawahi pentingnya kualitas, daya tahan, dan kinerja rangka, serta menyoroti peran kolaborasi antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna untuk meningkatkan kepercayaan pada produk sepeda motor ini.

Kata Kunci: sepeda motor; rangka eSAF; netizen; kualitas.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dalam bidang industri otomotif berkembang dengan begitu pesat. Pada saat ini sepeda motor sudah menjadi hal yang penting bagi setiap orang untuk memudahkan mereka dalam mobilisasi dan menjalani aktifitas harian mereka. Permintaan akan sepeda motor terus meningkat setiap tahunnya, hal ini tentunya membawa angin segar bagi perusahaan otomotif. Peminat motor matic di Indonesia sangatlah banyak dan terus bertambah setiap tahunnya. Sepeda motor memiliki harga yang terjangkau dan biaya perawatan yang relatif murah. Pada saat ini banyak sekali merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, spesifikasi memberikan kualitas yang terbaik dengan harga yang bersaing. Tingginya tingkat persaingan di pasaran menuntut produsen sepeda motor untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan produk. Hal ini membuat produsen motor harus terus memberikan inovasi kepada produk buataannya sehingga produk yang ditawarkan bermacam-macam.

Honda merupakan salah satu produsen sepeda motor yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sepeda motor buatan Honda sudah terkenal dengan segala keunggulannya oleh karena itu Honda mampu untuk mendominasi pasar. Honda selalu melakukan inovasi terhadap produk-produknya sesuai dengan kebutuhan konsumennya agar tetap bisa eksis di masyarakat. Honda mampu memahami apa yang diinginkan masyarakat dan mampu untuk menjawab tantangan yang diberikan masyarakat tersebut. Honda menciptakan sepeda motor yang dikenal irit bahan bakar dan memiliki mesin yang tangguh, hal ini menjadikan mereka menjadi pelopor untuk menciptakan kendaraan roda dua yang ekonomis.

Keunggulan lain dari produk Honda yaitu lokasi bengkel resmi yang mudah dijumpai, harga jual motor Honda juga relative tinggi dan stabil. Hal ini tentunya memiliki pengaruh terhadap image atau citra merek perusahaan Honda di masyarakat, dengan berbagai keunggulan yang dimiliki Honda menjadi jawaban atas kebutuhan yang diinginkan masyarakat. Citra merek merupakan sebuah persepsi dari masyarakat kepada perusahaan atau produk dari perusahaan tersebut, citra merek terbentuk oleh beberapa faktor yang datang dari luar sebagai suatu pesan yang menyentuh atau yang disebut informasi yang diterima seseorang (Kotler dan Keller, 2016). Citra merek harus dimiliki oleh suatu perusahaan, karena citra merek mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk perusahaan. Untuk mendapatkan citra merek biasanya dipromosikan oleh seorang tokoh atau public figure yang dikenal oleh masyarakat. Dengan ini maka nama atau merek akan semakin dikenal oleh masyarakat dan dapat meingkatkan penjualan.

Persepsi pelanggan bergantung terhadap Persepsi kualitas (*perceived quality*) atas keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan yang diharapkan oleh pelanggan (Aaker, 1996). Produk memiliki citra yang bagus apabila telah dipopulerkan oleh artis, selebriti atau influencer, maka konsumen mempersepsikan produk tersebut bagus dan sesuai dengan keinginan mereka.

Setelah melewati beberapa tahapan, pada akhirnya konsumen akan melakukan tahap akhir yaitu keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen terhadap merek-merek produk yang ada di dalam pilihan mereka dan niat untuk membeli produk dari merek tersebut (Kotler dan Keller, 2016). Proses ini merupakan tahap akhir konsumen saat konsumen telah memahami dan mengetahui produk yang mereka inginkan..

Keadaan lalu lintas di Indonesia yang semakin padat menandakan bahwa penjualan sepeda motor begitu cepat dan banyak. Motor matic begitu banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena dinilai lebih nyaman untuk kondisi lalu lintas yang padat.

Inovasi baru harus terus digencarkan oleh perusahaan sepeda motor untuk tetap mempertahankan citra merek perusahaan mereka. PT. Astra Honda Motor selaku produsen terus melakukan pembaruan terhadap desain, kualitas, dan pemasaran mereka.

All New Honda BeAT merupakan salah satu inovasi terbaru dari Honda. Motor matic ini dibekali mesin eSP 110CC yang hemat bahan bakar sehingga memiliki performa yang optimal. Motor matic ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, sejak tahun 2008 motor ini telah menggunakan rangka dengan teknologi terbaru yang bernama eSAF (enhanced Smart Architecture Frame). Rangka ini memiliki keunggulan yaitu lebih lincah dan kemampuan stabilitas sehingga sepeda motor akan lebih mudah untuk dikendarai dan nyaman saat bermanuver di jalan. Dengan penggunaan rangka eSAF pada sepeda motor ini memberikan pemanfaatan ruang yang lebih besar. Perubahan ini membuat kapasitas bagasi penyimpanan barang kini lebih luas dengan kapasitas mencapai 12 liter dan kapasitas tangki bahan bakar lebih banyak menjadi 4,2 liter (Nardo & Prasetyo, 2022).

Meskipun motor ini begitu diminati masyarakat bukan berarti motor ini tak memiliki kelemahan sama sekali. Beberapa masalah tercatat sering dialami oleh sepeda motor ini. Beberapa waktu lalu viral keluhan dari konsumen tentang buruknya kualitas dari rangka eSAF yang digunakan oleh Honda karena memiliki masalah yang cukup serius yaitu keropos, berkarat dan patah. Banyak konten yang beredar di tiktok yang menunjukkan bagaimana kualitas dari rangka tersebut padahal konsumen mengaku bahwa sepeda motor yang dibeli baru beberapa bulan. Hal ini tentunya membuat konsumen resah karena takut hal serupa dapat terjadi pada sepeda motor mereka, selain itu hal ini juga menjadi faktor calon konsumen ragu untuk membeli sepeda motor Honda. Konsumen Honda pun ramai memperbincangkan masalah ini dan berusaha untuk meminta solusi kepada pihak Honda untuk penanganan kasus ini.

Pihak Honda pun bertindak cepat dengan memberikan klarifikasi terhadap apa yang sebenarnya terjadi pada rangka produksi mereka. Honda membuat video dan mengunggahnya pada media sosial tiktok untuk menjelaskan masalah yang terjadi. Selain itu Honda juga menjual produk berupa rangka saja dengan harga yang cukup terjangkau untuk konsumen yang memiliki kerusakan yang parah pada rangka sepeda motor mereka. Hal ini tentunya tidak cukup menurut konsumen dan mereka menginginkan solusi yang lebih dari Honda seperti me-recall kembali semua produk yang menggunakan rangka eSAF dan menggantinya dengan yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan mendalam pada persepsi netizen terkait isu penggunaan rangka ESAF yang rawan patah. Penelitian mencoba memberikan gambaran menyeluruh dengan menjawab sejumlah pertanyaan kunci. Pertama, bagaimana netizen mendefinisikan masalah rangka ESAF yang rawan patah? Kedua, faktor-faktor apa yang, menurut persepsi mereka, menyebabkan rangka ESAF rawan patah? Ketiga, bagaimana netizen menilai kualitas dan keamanan rangka ESAF yang digunakan dalam produk Honda BeAT? Keempat, apakah netizen merasa khawatir dengan penggunaan rangka ESAF yang rawan patah dalam kehidupan sehari-hari mereka? Kelima, bagaimana pengaruh berita atau pengalaman pribadi terhadap pandangan netizen tentang isu ini? Terakhir, dalam era media sosial dan platform online, bagaimana platform-platform tersebut memengaruhi penyebaran pandangan dan pendapat mengenai penggunaan rangka ESAF yang rawan patah?

Tujuan penelitian ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, mengumpulkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana netizen memandang isu ini dan apakah ada tindakan yang diambil untuk meningkatkan keselamatan serta keamanan rangka ESAF dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kedua, tujuan ini mencoba memahami sejauh

mana netizen menyadari atau memiliki pengetahuan tentang pemahaman isu dan konsep rangka ESAF yang rawan patah. Ketiga, tujuan ini adalah untuk mengevaluasi risiko yang terkait dengan penggunaan rangka ESAF, apakah netizen melihatnya sebagai sebuah ancaman serius atau sebagai masalah sepele. Keempat, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana netizen percaya bahwa penggunaan rangka ESAF yang rawan patah dapat berdampak pada keselamatan dan kenyamanan mereka. Kelima, penelitian ini bertujuan menentukan faktor-faktor apa yang mempengaruhi dan membentuk persepsi netizen terhadap isu ini, seperti berita, pengalaman pribadi, ulasan online, atau informasi dari teman. Keenam, mencari saran atau solusi yang diajukan oleh netizen untuk mengatasi isu penggunaan rangka ESAF yang rawan patah jika mereka melihatnya sebagai masalah yang perlu dipecahkan. Terakhir, tujuan penelitian ini dilakukan untuk memberikan informasi yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan, terutama produsen, untuk memahami pandangan dan kekhawatiran netizen serta untuk mengambil tindakan yang tepat.

Manfaat penelitian ini sangat relevan dan beragam. Pertama, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan dan pemikiran netizen terhadap isu penggunaan rangka ESAF yang rawan patah. Ini memberikan wawasan berharga bagi pemangku kepentingan, termasuk produsen, untuk memahami sudut pandang mereka dan membuat keputusan yang lebih informan. Kedua, hasil penelitian ini memberikan ide-ide dan masukan tentang tindakan yang dapat diambil untuk meningkatkan keselamatan dan keamanan rangka ESAF. Ini akan menjadi panduan berharga bagi produsen atau regulator dalam mengimplementasikan perbaikan yang relevan. Ketiga, penelitian ini membantu dalam mengevaluasi tingkat kesadaran publik tentang isu ini, sehingga dapat ditemukan cara-cara yang lebih efektif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep rangka ESAF yang rawan patah. Keempat, dengan memahami apakah netizen melihat penggunaan rangka ESAF yang rawan patah sebagai ancaman serius atau sebagai masalah sepele, penelitian ini membantu dalam evaluasi risiko yang lebih akurat dan perencanaan mitigasi yang sesuai. Kelima, penelitian ini memberikan informasi tentang sejauh mana netizen percaya bahwa penggunaan rangka ESAF yang rawan patah dapat berdampak pada keselamatan dan kenyamanan mereka, dan ini membantu dalam mengidentifikasi kekhawatiran utama masyarakat. Keenam, hasil penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi persepsi netizen terhadap isu ini, seperti berita, pengalaman pribadi, ulasan online, atau informasi dari teman, yang akan membantu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Terakhir, penelitian ini mencari saran atau solusi yang diajukan oleh netizen untuk mengatasi isu penggunaan rangka ESAF yang rawan patah, yang dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk perbaikan produk atau kebijakan. Kesimpulannya, penelitian ini memberikan informasi berharga bagi pemangku kepentingan, termasuk produsen dan regulator, untuk memahami pandangan dan kekhawatiran netizen dan mengambil tindakan yang sesuai.

Landasan Teori

Bimo Walgito (2005) mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses yang berlangsung secara cepat dan terkadang tidak disadari, di mana individu dapat mengenali stimulus yang diterima. Dengan kata lain, persepsi dapat terjadi di mana saja dan kapan saja ketika seseorang melihat suatu objek. Proses persepsi ini merupakan cara individu mengolah dan memahami informasi yang diterima oleh indera mereka untuk memberikan makna pada lingkungan sekitar. Meskipun demikian, apa yang dipersepsikan oleh

individu dapat berbeda dari kenyataan sebenarnya (Robbins & Coulter, 2005:49). Persepsi yaitu proses melibatkan penginderaan. Pengorganisasian, dan interpretasi terhadap stimulus yang diterima setelah panca indera menerima rangsangan sehingga membentuk kesan (Maramis dalam Sunaryo 2002:94). Hasil yang diperoleh melalui proses ini dinilai dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Oleh karena itu, meskipun objeknya sama, penilaian individu terhadap suatu objek dapat berbeda-beda, dan inilah yang membuat persepsi bersifat individual.

Menurut Bimo Walgito (1991:50), terdapat tiga aspek penting dalam membentuk persepsi, yaitu:

1. Kognisi :

Aspek ini melibatkan komponen pengetahuan, pandangan, pengharapan, cara berpikir, dan pengalaman masa lalu individu. Semua elemen ini diperoleh dari hasil pemikiran individu yang mempengaruhi proses persepsi.

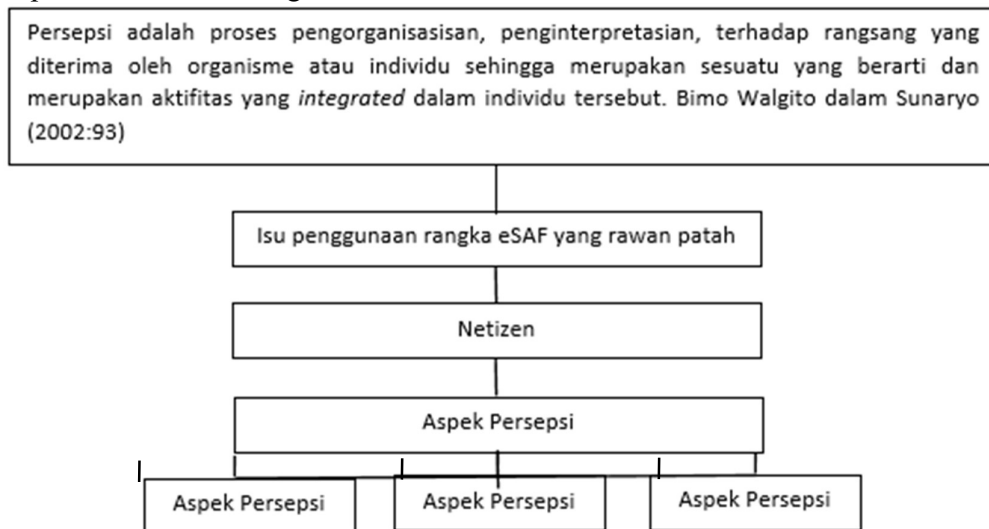
2. Afeksi :

Aspek ini berkaitan dengan perasaan dan keadaan emosional individu terhadap suatu objek. Evaluasi baik atau buruk terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh faktor emosional seseorang.

3. Konasi atau Psikomotor :

Aspek ini mencakup motivasi, sikap, perilaku, atau aktivitas individu yang sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau keadaan tertentu. Ini mencerminkan respon atau respons fisik yang muncul sebagai hasil dari persepsi individu.

Sesuai dengan judul penelitian dan landasan teori, maka dapat dilihat skema kerangka pemikiran melalui bagan berikut:



PENELITIAN TERDAHULU

1. Kesadaran merek, citra merek, persepsi terhadap kualitas dan pengaruhnya terhadap niat beli sepeda motor Honda Vario di Surabaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kesadaran merek, citra produk dan persepsi kualitas terhadap niat pembelian sepeda motor Honda Vario di Surabaya. Melalui metode purposive sampling memperoleh 130 responden dengan menggunakan regresi linier berganda untuk analisis data dan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik..

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek, citra merek dan persepsi kualitas mempengaruhi niat pembelian baik secara parsial maupun simultan. Karena penelitian ini berdampak langsung terhadap niat pembelian, maka produsen, distributor, dan pengecer harus memperhatikan beberapa indikator kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas yang dirasa kurang.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Pada PT. HOHO Pekanbaru

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat keputusan pembelian Honda Beat pada PT HOHO Pekanbaru. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif.

Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas berpengaruh dalam keputusan pembelian dilihat dari kinerja, daya tahan, kesesuaian, fitur, keandalan, estetika dan kualitas. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh dominan.

3. Pemanfaatan Media Sosial Oleh Public Relations Banban Tea Untuk Pembentukan Citra Merek

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perusahaan di industri makanan yaitu Banban Tea melalui kegiatan Public Relations menggunakan platform media sosial Instagram Tiktok dalam membangun brand image-nya. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan peneliti untuk menganalisis bagaimana media sosial digunakan sebagai strategi public realtions untuk membangun brand image Banban Tea.

Penelitian ini menggunakan dua teori yang menjadi landasan yaitu teori 4C penggunaan media sosial oleh Chris Heuer (2010) yakni Context, Communications, Collaborations dan Connection, dan teori citra merek menurut Freddy Rangkuti (2009), yakni Recognition, Reputation, Affinity dan Loyalty. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data penelitian dan analisis data dengan proses coding dan klasifikasi, proses coding dilakukan dalam tiga tahap yaitu. pengkodean terbuka, pengkodean aksial, dan pengkodean selektif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Banban Tea dapat meningkatkan kesamaan persepsi konsumen dengan merek, membantu menciptakan citra yang lebih responsif agar konsumen merasa lebih dekat melalui media sosial.

Definisi

Pengetian Persepsi

Persepsi adalah proses diterimanya pesan dan informasi ke otak manusia yang kemudian akan mempengaruhi perilaku individu terhadap suatu objek (Slameto, 2019). Persepsi adalah proses mental dan sensorik di mana seseorang mengenali, menginterpretasi, dan memahami informasi atau rangsangan yang diterimanya dari lingkungan eksternal. Ini melibatkan penggunaan indra, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan pengecap, untuk mengumpulkan data tentang objek, kejadian, atau situasi di sekitar mereka. Dengan demikian, persepsi dapat dipahami sebagai proses menafsirkan informasi yang dilakukan dengan menggunakan panca indera sebagai mediator untuk memahami pesan dari informasi yang diterima.

Persepsi bagaimana proses penerimaan dan interpretasi informasi melewati beberapa tahapan sebelum menerimanya, yaitu; 1) Stimulus, yaitu proses awal ketika individu menerima stimulus dari lingkungan, 2) Registrasi, yaitu proses pengenalan

informasi yang diterima melalui stimulus, 3) Interpretasi, yaitu proses penerimaan pesan dari informasi yang diterima. Proses penafsiran dipengaruhi oleh pengalaman, motivasi dan pendalaman yang dimiliki individu, serta 4) Reaksi, atau reaksi terhadap penafsiran informasi yang diterima berupa reaksi positif atau negatif. (Haryani, 2021)

Ketika individu menerima umpan balik tentang informasi yang diterima dari individu lain, maka ia menciptakan sikap terhadap informasi tersebut berupa sikap negatif atau positif selama proses pembentukan sikap. (Walgito & Bimo, 1997) menjelaskan, bahwa ada tiga komponen penting yaitu; 1) Komponen kognitif, komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan dan keyakinan, 2) komponen afektif, komponen yang berkaitan dengan kesenangan dan ketidakpuasan dalam kaitannya dengan objek sikap dan 3) komponen konatif, komponen yang berkaitan dengan perilaku dalam kaitannya dengan objek sikap.

Pengertian Rangka ESAF

Rangka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) adalah struktur bingkai yang terintegrasi, khususnya pada bagian depan, yang terhubung secara langsung dengan posisiudukan pengendara pada sepeda motor (Nurtiansyah, 2022). Rangka eSAF dibuat dengan menggunakan pelat baja yang mengalami proses tekuk dan presisi. Pelat baja ini kemudian disatukan melalui proses las laser, menghasilkan lipatan tulang pada sisi-sisinya yang mencolok. Inovasi dalam pengembangan rangka ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan stabilitas penanganan (handling) pengendara. Akibatnya, pengendara akan merasakan kemudahan dan ringan saat mengemudi sepeda motor.

Baru-baru ini, rangka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) telah diadopsi oleh Honda untuk beberapa model skuter matik (skutik) mereka sejak tahun 2019. Penggunaan rangka ini pada sepeda motor diklaim dapat meningkatkan stabilitas handling secara signifikan, memberikan kemudahan dalam mengendarai, memberikan kesan ringan, dan kenyamanan saat melakukan manuver. Selain itu, berkat adopsi rangka eSAF, sepeda motor matik Honda kini memiliki tangki bahan bakar yang lebih besar, efisiensi bahan bakar yang lebih baik, dan mengalami deformasi yang minimal.

Rangka eSAF pertama kali diaplikasikan pada Honda Genio yang resmi diluncurkan pada 2019 lalu dan kemudian berlanjut dengan produk-produk lainnya. Beberapa motor Honda yang menerapkan rangka eSAF meliputi Honda Beat, Honda Vario 160, Honda Genio, dan Honda Scoopy.

Pengertian Netizen

Berdasarkan Jurnal dari Gamayanto dan Nilawati (2017) makna harfiah dari istilah Netizen adalah "warga internet", yang secara etimologis terbentuk dari penggabungan dua kata, yaitu INTERNET dan CITIZEN (warga). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa Netizen merujuk kepada individu yang aktif menggunakan internet untuk berkomunikasi, menyampaikan pendapat, berkolaborasi, dan berinteraksi di berbagai media internet.

Keberadaan Netizen tercermin dalam partisipasi aktif mereka dalam berkomunikasi, menyuarakan pendapat, dan berkolaborasi di berbagai media internet. Mereka tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga membentuk dinamika komunitas di platform-platform online. Netizen berkontribusi pada beragam topik, mulai dari diskusi tentang berita hingga kreativitas bersama dalam proyek-proyek daring. Sebagai warga internet, mereka memanfaatkan peluang untuk saling berbagi informasi, mendukung, atau bahkan mengkritik dengan tujuan memperkaya pengalaman digital bersama.

Peran Netizen juga dapat memperluas cakupan informasi dan pengaruh di dunia maya. Mereka memiliki kemampuan untuk membentuk tren, memunculkan isu-isu

penting, atau memobilisasi aksi kolektif. Oleh karena itu, konsep Netizen tidak hanya mencakup dimensi individual tetapi juga memberikan landasan bagi terciptanya komunitas yang aktif, responsif, dan berdampak dalam ekosistem digital. Dalam perjalanan evolusi internet, Netizen menjadi elemen penting dalam membentuk dinamika sosial dan budaya di ranah maya.

Pengertian Persepsi Netizen

Persepsi netizen dapat diartikan sebagai pandangan atau tanggapan yang muncul dari masyarakat online terhadap suatu isu, peristiwa, atau entitas di dunia digital (Khuriyana & Nugroho, 2020). Sebagai contoh, persepsi netizen dapat terbentuk melalui interaksi mereka di media sosial atau platform online lainnya terhadap suatu topik atau kontroversi tertentu.

Persepsi netizen sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk informasi yang diterima dari sumber online, interaksi dengan sesama netizen, dan konteks sosial. Netizen seringkali membentuk opini kolektif yang dapat mempengaruhi reputasi individu, organisasi, atau peristiwa. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika persepsi netizen menjadi penting bagi mereka yang berinteraksi di dunia digital, karena hal ini dapat berdampak signifikan pada citra dan hubungan di lingkungan online.

Persepsi netizen dapat beragam tergantung pada konteks dan isu yang sedang dibahas. Misalnya, dalam konteks pemberitaan online, netizen dapat membentuk persepsi positif atau negatif terhadap suatu peristiwa berdasarkan informasi yang mereka terima dan bagaimana informasi tersebut disajikan. Faktor-faktor seperti narasi media, opini publik, dan interaksi antar netizen dapat membentuk pola persepsi yang kompleks. Dalam situasi kontroversial, netizen mungkin memiliki persepsi yang berbeda-beda, tergantung pada nilai-nilai, latar belakang, dan pengalaman individu. Oleh karena itu, persepsi netizen tidak selalu homogen dan dapat mencerminkan keragaman opini di masyarakat daring.

METODE PENELITIAN

Makalah Ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang individu dan perilaku yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan. Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang hasilnya tidak diperoleh dengan menggunakan metode statistik atau perhitungan lainnya. Peneliti akan menggunakan akun media sosial TikTok untuk melakukan analisis secara mendalam. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah analisis isi dari salah satu konten video TikTok pada akun @welovehonda dan melakukan wawancara terhadap netizen yang berkomentar pada video tersebut. Analisis merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kecenderungan isi komunikasi. Penelitian ini mengacu pada permasalahan yang sedang viral tentang buruknya sepeda motor honda yang menggunakan rangka eSAF dengan melakukan analisis persepsi komentar netizen terhadap video klarifikasi Honda pada akun TikTok @welovehonda. Penelitian ini akan melakukan wawancara terhadap netizen yang berkomentar pada video klarifikasi tersebut. Alasan peneliti mengambil tema dan melakukan penelitian ini karena peneliti sangat tertarik terhadap kasus yang sedang viral ini karena melihat beberapa konten video keluhan konsumen honda tentang permasalahan tersebut dan video klarifikasi yang mendapatkan atensi dari netizen cukup besar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

Identitas responden diperlukan sebagai gambaran berdasarkan data dari responden dengan analisa yang dilakukan. Identitas responden diperoleh melalui hasil wawancara oleh peneliti berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan konsumen dari produk Honda. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan peneliti telah melakukan wawancara terhadap 30 orang yang mengomentari video klarifikasi Honda terhadap permasalahan rangka pada produknya.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi
1.	Laki-Laki	24
2.	Perempuan	6
	Jumlah	30

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari total 30 orang responden, yang laki-laki berjumlah 24 orang sedangkan perempuan berjumlah 6 orang.

2. Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi
1.	20 - 29	21
2.	30 - 39	9
	Jumlah	30

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari total 30 orang responden yaitu responden dengan rentang umur 20 - 29 tahun berjumlah 21 orang dan untuk responden dengan rentang umur 30 - 39 tahun berjumlah 9 orang.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi
1.	Mahasiswa	15
2.	Pegawai Swasta	6
3.	Wirausaha	5
4.	Ojek Online	4
	Jumlah	30

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari total 30 orang responden terbagi ke dalam 3 jenis pekerjaan yaitu Mahasiswa berjumlah 15 Orang, Pegawai Swasta berjumlah 6 orang. Wirausaha berjumlah 5 orang dan Ojek Online berjumlah 4 orang.

B. Analisis Kualitas Produk

Kualitas dari suatu produk yang dihasilkan akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian dan penggunaan produk. Konsumen akan melakukan perbandingan kualitas produk untuk mengevaluasi produk mana yang akan dipilih oleh konsumen. Apabila kualitas dari produk tersebut baik maka konsumen akan membeli dan senantiasa menggunakan produk tersebut karena sudah percaya terhadap kualitas yang ditawarkan begitu pun sebaliknya jika produk tersebut memiliki kualitas yang buruk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut dan melakukan pertimbangan untuk menggunakan produk tersebut karena merasa tidak puas terhadap kualitas yang ditawarkan.

Berikut merupakan beberapa tanggapan dari responden yang kami wawancarai seputar kinerja, daya tahan dan kualitas penggunaan rangka eSAF pada beberapa produk terbaru Honda yang viral karena kualitasnya yang dinilai buruk dan masalah lain yang muncul karena penggunaan rangka tersebut.

Kinerja

Kinerja merupakan suatu hal dasar dan merupakan fungsi penting dari suatu produk. Produk dapat dinilai baik dan buruk melalui kinerja yang dihasilkan dari produk tersebut. Kinerja menjadi salah satu poin penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli atau memilih produk.

Beberapa pendapat yang kami terima dari responden melalui wawancara yang kami lakukan via chat di media sosial tiktok terkait kinerja suatu produk yang akan mereka beli, sebagai berikut :

“Saya akan melihat dulu bagaimana kinerja dari kendaraan yang akan saya beli”

“Biasanya lihat review di Youtube soal detail-detailnya”

“Ngikutin saran dari orang tua aja sih biasanya karena mereka lebih paham”

Dari beberapa pendapat diatas yang di dapat melalui wawancara, menunjukkan bahwa calon konsumen akan melakukan riset terlebih dahulu melalui media sosial atau pendapat orang lain terhadap produk yang akan mereka beli. Hal ini tentunya dilakukan untuk mencegah adanya rasa kecewa atau tidak puas karena asal dalam membeli produk tanpa melakukan riset dan review.

Netizen dalam wawancara menggambarkan rangka ESAF sebagai inovasi baru dalam dunia sepeda motor yang diperkenalkan oleh Honda. Netizen mengapresiasi keunggulan dari jenis rangka ini, yaitu bobot yang lebih ringan dibandingkan dengan rangka konvensional atau underbone. Bobot yang lebih ringan ini dapat membawakan manfaat dalam hal efisiensi bahan bakar, maneuverabilitas, dan kenyamanan berkendara. Namun, netizen juga menyoroti beberapa kekurangan dalam implementasi atau produksi rangka ESAF. Salah satunya adalah terkait dengan kualitas barang dari rangka ESAF itu sendiri, seperti sambungan besi yang kurang rapi dan masalah berkarat. Hal ini menciptakan ketidakpastian terkait dengan daya tahan dan keamanan rangka ESAF ini.

“rangka esaf itu trobosan baru atau model rangka baru yang dikembangkan oleh honda, yang menjadi keunggulan dari jenis rangka ini adalah dengan bobotnya yang lebih ringan dari rangka biasa atau underbone. tapi menurut saya terdapat kekurangan pada implementasinya atau produksinya, terdapat pada kualitas barang dari rangka esaf itu sendiri, dapat terlihat dari sambungan besi atau las yang kurang rapi serta berkarat”

Melalui jawaban wawancara tersebut, menunjukkan bahwa calon konsumen juga menyadari akan kelebihan dan kekurangan dari suatu produk.

Daya Tahan

Daya tahan adalah kemampuan sebuah produk atau komponen untuk bertahan, berfungsi dengan baik, dan mempertahankan integritasnya selama periode waktu tertentu atau dalam situasi yang mungkin menimbulkan tekanan atau kerusakan. Daya tahan menjadi penting dalam konteks rangka ESAF, karena pengguna mengharapkan bahwa rangka tersebut dapat bertahan lama dan menjaga keamanan mereka selama penggunaan sehari-hari.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, netizen mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat membuat rangka ESAF menjadi rawan patah, termasuk perawatan yang buruk, penggunaan yang tidak sesuai prosedur, dan yang terutama adalah kualitas awal barang. Semua faktor ini berpengaruh langsung pada daya tahan rangka ESAF.

"Tapi yang terpenting adalah kondisi awal barang ketika keluar dari produsen, apakah barang itu dalam kondisi baik atau tidak, jika tidak, perawatan dan sebagainya akan menjadi suatu hal yang percuma jika memang dari awal sudah memperlihatkan kondisi barang yang tidak baik."

Dari jawaban wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa netizen menyadari faktor yang menyebabkan rangka ESAF menjadi rawan patah, yaitu perawatan dan penggunaan. Tapi faktor yang paling krusial adalah kualitas awal barang. Jika rangka ESAF keluar dari produsen dalam kondisi kurang baik atau memiliki cacat produksi, maka daya tahannya dipastikan akan terpengaruh secara signifikan.

Meningkatkan daya tahan rangka ESAF memerlukan upaya yang menyeluruh, termasuk memberikan panduan perawatan yang benar kepada pengguna, memastikan penggunaan sesuai dengan rekomendasi produsen, dan terutama, menjaga kualitas produksi rangka ESAF dari awal. Ini melibatkan kerja sama antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna untuk memastikan bahwa produk ini dapat bertahan dalam kondisi penggunaan sehari-hari yang beragam. Dengan demikian, kekhawatiran netizen terkait daya tahan rangka ESAF dapat diatasi, dan pengguna akan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan produk ini.

Kualitas

Kualitas mengacu pada atribut dan karakteristik suatu produk yang mencerminkan sejauh mana produk tersebut memenuhi standar dan harapan pengguna. Kualitas adalah parameter penting dalam menilai keandalan, daya tahan, dan kinerja produk. Sejauh mana suatu produk memenuhi harapan pengguna akan berdampak pada kepuasan pengguna dan persepsi terhadap merek.

Netizen dalam wawancara menyatakan bahwa kualitas rangka ESAF memiliki tingkat variasi yang signifikan dan seringkali sulit diprediksi. Mereka merujuk pada situasi yang tampaknya acak dalam hal kualitas rangka ESAF yang diterima oleh konsumen, yang menciptakan ketidakpastian dalam penggunaan produk ini.

"Keacakan dalam kualitas ini membuat keamanan dari rangka ESAF ini terhadap pengguna semakin membahayakan, dikarenakan keacakan itu tadi."

Kualitas rangka ESAF menjadi faktor kritis dalam memahami keselamatan dalam penggunaan produk ini. Kualitas yang buruk dapat mengarah kepada kerusakan, kecelakaan, dan bahkan cedera yang dialami oleh pengguna. Oleh karena itu, penting

untuk memahami bahwa kualitas bukan hanya mengenai barang, tapi pengalaman penggunaan konsumen.

Selain itu, penting untuk menciptakan kerja sama yang lebih baik antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna dalam memantau dan melaporkan masalah kualitas. Dengan upaya bersama, kualitas rangka ESAF dapat menjadi lebih konsisten, dapat diandalkan, dan aman untuk digunakan.

Dalam konteks kualitas rangka ESAF, peningkatan dalam aspek ini dapat membantu meminimalkan ketidakpastian yang diungkapkan oleh netizen dan memastikan bahwa pengguna dapat mempercayai produk ini sebagai pilihan kendaraan yang aman dan berkualitas tinggi. Dengan demikian dapat dipahami bahwa persepsi yang dibentuk melalui 3 aspek yaitu kognisi, afeksi dan konasi terhadap isu yang terjadi pada produk honda mempengaruhi secara parsial kepercayaan netizen terhadap sepeda motor yang diproduksi oleh Honda.

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti dengan jumlah narasumber 30 orang netizen dengan yang menggunakan sosial media TikTok, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas, kinerja, dan daya tahan rangka ESAF pada sepeda motor Honda memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi konsumen. Netizen secara aktif mengevaluasi aspek-aspek tersebut melalui media sosial, dengan kekhawatiran utama terkait variasi kualitas rangka ESAF yang sulit diprediksi. Faktor-faktor seperti daya tahan dan kualitas awal barang juga menjadi perhatian, mengingat pengaruhnya terhadap keamanan dan performa sepeda motor. Oleh karena itu, upaya perbaikan dalam produksi, panduan perawatan yang benar, dan kerja sama antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna menjadi kunci untuk meningkatkan dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk Honda. Meskipun terdapat kritik terhadap beberapa aspek produk, hal ini tidak dapat diabaikan dan perlu ditangani dengan serius untuk memastikan persepsi positif dari masyarakat terhadap sepeda motor Honda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian kualitatif mengenai persepsi netizen terhadap isu penggunaan rangka ESAF yang rawan patah, dapat disimpulkan bahwa kualitas, daya tahan, dan kinerja rangka ESAF merupakan aspek penting yang memengaruhi pandangan dan kekhawatiran para netizen. Kinerja rangka ESAF, yang menawarkan keunggulan bobot yang lebih ringan, menjadi poin penting yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap produk ini. Namun, perhatian terhadap detail produksi, seperti sambungan besi yang tidak rapi dan masalah berkarat, menggarisbawahi perlunya peningkatan dalam desain dan kontrol mutu produksi. Daya tahan rangka ESAF menjadi parameter penting untuk mengukur ketahanan dan keamanan produk, dengan perawatan yang benar dan penggunaan sesuai prosedur menjadi kunci dalam memastikan rangka tetap utuh. Terutama, kualitas awal barang yang konsisten sangat penting untuk meminimalkan risiko kerusakan. Dalam konteks kualitas, ketidakpastian dalam kualitas rangka ESAF menciptakan kekhawatiran yang perlu segera diatasi melalui peningkatan kontrol kualitas produksi dan upaya kolaboratif antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna. Dengan langkah-langkah ini, dapat diharapkan bahwa rangka ESAF akan menjadi produk yang lebih aman, dapat diandalkan, dan berkualitas tinggi, yang pada gilirannya akan meredakan kekhawatiran dan meningkatkan kepercayaan netizen dalam penggunaan produk ini. Sebagai hasil akhir, penelitian kualitatif ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara produsen, pihak berwenang, dan komunitas pengguna dalam memperbaiki isu-isu terkait rangka ESAF yang rawan patah. Penekanan

pada perbaikan kualitas produksi, pemahaman terhadap daya tahan, serta peran edukasi kepada pengguna menjadi poin kunci dalam mengatasi ketidakpastian dan kekhawatiran yang muncul. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi produsen dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas, daya tahan, dan kinerja rangka ESAF, sekaligus meningkatkan keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap produk ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review*, 38(3), 102–120. <https://doi.org/10.2307/41165845>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. 53(9), 22–60.
- Manurung, R. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian HONDA Beat Pada PT. HOHO Pekanbaru. *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Nardo, L., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer Cv. Supra Jaya Motor Cianjur. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 433–448. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.234>
- Haryani, D. (2021). Persepsi Masyarakat Muslim Kelurahan Inderalaya OI Terhadap Materi Kampanye Dalam Pilkada 2020. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, 2(3), 210–224. <https://doi.org/10.19109/ampera.v2i3.9534>
- Slameto. (2019). Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Rineka Cipta*, 1(3), 280–286. <https://edukatif.org/index.php/edukatif/index%0APENGARUH>
- Walgito, & Bimo. (1997). Pengantar Psikologi Umum. In Andi Offset Yogyakarta.
- Akbar, R. F. (2015). Analisis persepsi pelajar tingkat menengah pada sekolah tinggi agama islam negeri kudus. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1).
- Gamayanto, I., & Nilawati, F. E. (2017). Pengembangan dan implementasi dari wise netizen (e-comment) di Indonesia. *techno. com*, 16(1), 80-95.
- Khuriyana, E., & Nugroho, T. Persepsi Netizen Terhadap Channel Youtube Akademi Desa Sebagai Knowledge Sharing Program Pemberdayaan Masyarakat di Era 4.0. *Komunikasi, Resiliensi Sosial dan Pembangunan Berkelanjutan*, 44.
- Nurtiansyah, F. (2022). Sistem Perencanaan Produksi Part Frame Body ESAF Pada Lini Produksi Press Center di PT XYZ.