

MOTIF ANGGOTA BALAP MOBIL DALAM MENONTON
FILM THE FAST AND THE FURIOUS: TOKYO DRIFT

(Studi Deskriptif Motif Anggota Balap Mobil Jawa Timur Slalom Community)

SKRIPSI



Oleh :

FERZA AGUSTIA

0843010245

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2013

MOTIF ANGGOTA BALAP MOBIL DALAM MENONTON

FILM THE FAST AND THE FURIOUS: TOKYO DRIFT

(Studi Deskriptif Motif Anggota Balap Mobil Jawa Timur Slalom Community)

Oleh :

FERZA AGUSTIA

0843010245

Telah di pertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran“ Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Januari 2013

PEMBIMBING

Drs.Saifuddin Zuhri,M.Si
NPT. 3 700694 0035 1

TIM PENGUJI

1. Ketua

Juwito.S.Sos.M.Si
NPT.3 6704 9500 361

2. Sekertaris

Drs.Saifuddin Zuhri,M.Si
NPT. 3 700694 0035 1

3. Anggota

Z.Abidin Achmad,S.Sos.M.Si.M.Ed
NPTY. 373 039 901 701

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195 0718 9830 22001

Judul Penelitian :

MOTIF ANGGOTA BALAP MOBIL DALAM MENONTON

FILM THE FAST AND THE FURIOUS: TOKYO DRIFT

(Studi Deskriptif Motif Anggota Balap Mobil Jawa Timur Slalom Community)

Nama Mahasiswa : FERZA AGUSTIA

NPM : 0843010245

Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Lisan/Skripsi

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Z.Abidin Achmad,S.Sos.M.Si.M.Ed
NPTY. 373 039 901 701

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195 0718 9830 22001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘Alamiin, sujud syukur pada Allah SWT yang tiada hentinya memberikan rahmat, hidayah dan barokahnya sehingga penulis mempunyai kekuatan menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penelitian ini, penulis mendapat pengalaman yang luar biasa. Pengalaman yang mampu menjadi pelajaran yang sesuai dengan Ilmu Komunikasi yang menjadi studi kuliah penulis. Dalam pelaksanaan penelitian, penulis diberi kesempatan untuk mencari informasi seakurat dan sedetail mungkin, serta menganalisisnya untuk dijadikan penelitian.

Keberhasilan dalam penelitian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan bapak Zainal Abidin Achmad S.sos.,M.Si.M.Ed selaku pembimbing utama dan ketua jurusan Ilmu Komunikasi bapak Juwito,S.Sos.M.si. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Syafruddin Zuhfri, S.Sos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu selama menempuh kuliah

4. Orang tua yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, kasih sayang yang tak terhingga juga mendukung saya untuk menyelesaikan laporan ini baik moril maupun materiil.
5. Untuk Istri saya Ika Septriandini Putri yang telah mensupport menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk Anak saya Gadiza Inayah Putri yang telah memberi inspirasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman ilmu komunikasi UPN veteran Jawa Timur khususnya angkatan 2008 yaitu Herly, Karsa, Agung, Tino, Fajar, Riski
8. Untuk teman-teman Bontang Slalom Team dan Jatim Slalom Community yang telah memberi masukan dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat serta karunia-nya atas jasa-jasa yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, 23 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Teori SOR (Stimulus, Organism, and Response)	10
2.1.2. Film Sebagai Media Komunikasi Massa.....	12
2.1.3. Unsur-Unsur Film	18
2.1.4. Motif	21
2.1.5. Teori Uses and Grattifications (Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan	23
2.2. Kerangka Berfikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1. Definisi Operasional	30
3.1.2. Pengukuran Variabel	31
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi	37
3.2.2. Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel	38
3.3. Sumber Data	39
3.4. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1. Sejarah Perkembangan Film The Fast and The Furious	42
4.1.2. Deskripsi Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	44
4.1.3. Deskripsi Jawa Timur Slalom Community	47
4.2. Analisis Penyajian Data	49
4.2.1. Karakteristik Responden	50
4.2.2. Motif Responden dalam Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	56
4.2.2.1. Motif Kognitif	57
4.2.2.2. Motif Identitas Personal	63
4.2.2.3. Motif Diversi	71

4.3. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Teori SOR Penelitian	11
Gambar 2.2.	The Learning Hierarchy (Hierarki Pembelajaran)	15
Gambar 2.3.	Model Uses and Gratifications	25
Gambar 2.4.	Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi Jawa Timur Slalom Community	48

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 4.1.	Perkembangan Film The Fast and The Furious	42
Tabel 4.2.	Kru dan Pemain Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	47
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
Tabel 4.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift Lebih dari 1 Kali	55
Tabel 4.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Serial Film The Fast and The Furious	55
Tabel 4.9.	Responden Ingin Mengetahui Informasi Terkini Tentang Mobil Balap dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	57
Tabel 4.10.	Responden Ingin Mengetahui Informasi Terbaru Tentang Teknik Terbaru yang digunakan dalam Balap Mobil dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	59
Tabel 4.11.	Responden Ingin Mengetahui Informasi Tentang Sparepart Mobil Balap Berkualitas Tinggi dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	59
Tabel 4.12.	Responden Ingin Mengetahui Informasi Terbaru Tentang Perbedaan Budaya Antara Pembalap Mobil Jepang dan Amerika dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	61
Tabel 4.13.	Responden Ingin Mengetahui Informasi Terbaru Tentang Gaya Hidup Pembalap dan Kebiasaan (Tradisi) Balap Mobil di Jepang dengan Menonton film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	62
Tabel 4.14.	Tingkat Motif Kognitif	63
Tabel 4.15.	Responden Ingin Memenuhi Kebutuhan Tentang Hal yang Membuat Pembalap Mobil Mampu Meraih Kemenangan pada Tiap Perlombaan dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	64
Tabel 4.16.	Responden Ingin Membentuk Kepribadian yang Lebih Baik dalam Keikutsertaan di Jawa Timur Slalom Community dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	65
Tabel 4.17.	Responden Ingin Menambah Rasa Percaya Diri Sebagai Anggota Jawa Timur Slalom Community dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	66
Tabel 4.18.	Responden Ingin Menonjolkan Perannya dalam Jawa Timur Slalom Community dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	67
Tabel 4.19.	Responden Ingin Meniru Tokoh di Film Agar Popularitasnya Meningkatkan dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	68
Tabel 4.20.	Tingkat Motif Identitas Personal	70
Tabel 4.21.	Responden Ingin Menghibur Diri dari Kejenuhan Balap Mobil dan Aktivitas Rutinnya dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	71

Tabel 4.22.	Responden Ingin Me-refresh Pikirannya Sejenak dengan Melihat Tontonan yang Tidak Jauh dari Aktivitasnya dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	72
Tabel 4.23.	Responden Ingin Mengisi Waktu Luang yang Dimiliki dengan Hal yang Bermanfaat untuk Aktivitasnya dalam Balap Mobil dengan Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	73
Tabel 4.24.	Responden Ingin Mengajak Anggota Keluarganya Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift untuk Memberitahukan Tentang Aktivitas Balap Mobilnya	74
Tabel 4.25.	Responden Ingin Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift dengan Senang Tanpa Tekanan Apapun	75
Tabel 4.26.	Tingkat Motif Diversi	76
Tabel 4.27.	Kesimpulan Motif yang Mendominasi Responden dalam Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	77

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran I	Kuesioner	84
Lampiran II	Susunan Anggota Jawa Timur Slalom Community	89
Lampiran III	Daftar Responden Penelitian	92
Lampiran IV	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Motif Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift	95

BAGAIMANA MOTIF ANGGOTA BALAP MOBIL JAWA TIMUR
SLALOM COMMUNITY DALAM MENONTON FILM THE FAST AND
THE FURIOUS: TOKYO DRIFT ?”

Oleh :

FERZA AGUSTIA

0843010245

ABSTRAKSI

Ferza Agustia. Motif Anggota Balap Mobil Jawa Timur Slalom Community dalam Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift (Studi Deskriptif Motif Anggota Balap Mobil dalam Menonton Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift).

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang motif apa yang mendasari anggota balap mobil Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film The Fast and The Furious: Tokyo Drift. Sementara metode yang digunakan yaitu metode uses and gratifications, yang menunjukkan tentang tujuan seseorang menggunakan sebuah media. Dalam penelitian ini, motif yang digunakan terdiri dari tiga macam, antara lain: motif kognitif, motif identitas personal, dan motif diversifikasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Kemudian populasinya merupakan seluruh anggota Jawa Timur Slalom Community yang berjumlah 125 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan kriteria anggota terdaftar, aktif mengikuti kegiatan balap, dan menonton film The Fast and The Furious lebih dari 1 kali. Dengan kriteria tersebut, sampel yang diperoleh berjumlah 60 orang. Dari sampel tersebut maka akan diperoleh data hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner, observasi, dan dokumenter.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga motif berada dalam kategori tinggi. Akan tetapi, menurut persentase yang diperoleh, motif kognitif mendominasi motif anggota balap mobil Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film The Fast and The Furious: Tokyo Drift. Hal ini menunjukkan bahwa responden menonton film karena pemenuhan kebutuhannya akan informasi terkini yang berhubungan dengan dunia balap. Selanjutnya motif yang mendominasi yaitu motif diversifikasi dan motif identitas personal. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa motif kognitif merupakan motif yang mayoritas mendominasi anggota balap mobil Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*.

Kata Kunci: Motif, Balap Mobil, Jawa Timur Slalom Community, Film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*, Motif Kognitif, Motif Identitas Personal, Motif Diversi

ABSTRACT

Ferza Agustia. A Member's Motives of Slalom Racing Cars East Java Community to Watching Film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift* (Motives A Descriptive Study of Race Cars in Film Watching *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*).

The purpose of this research is to find out what the motives of members of the East Java racing Slalom Community in watching the movie *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*. While the method used is the method uses and gratifications, which shows the purpose of using a media person. In this study, which used motif consists of three kinds, such as: cognitive motives, motives of personal identity and motives diversion.

The research method used in this research is descriptive quantitative. Then the rest of the population is of East Java Community Slalom totaling 125 people. The sampling technique used is purposive sampling with criteria registered members, actively participating in racing events, and watch the movie *The Fast and The Furious* more than 1 time. With these criteria, samples obtained amounted to 60 people. Of these samples will be obtained research data through distribution of questionnaires, observation, and documentary.

The results showed that all three motives are in the high category. However, according to the percentages obtained, cognitive motives dominate auto racing motif member of East Java Community Slalom in watching the movie *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*. This shows that respondents movie because compliance needs for the latest information related to the world of racing. Furthermore motif that dominates the diversion motive and the motive of personal identity. Thus, it can be concluded that the cognitive motive is the motive that dominates the majority of the members of the East Java racing Slalom Community in watching the movie *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*.

Keywords: Motif, Racing Car, East Java Community Slalom, movie *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*, Cognitive Motif, Motif Personal Identity, Motive Diversion

Dalam setiap aktivitas yang dilakukan manusia, komunikasi tidak akan dapat dipisahkan. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi memiliki peran vital dalam membina hubungan yang terjadi antarmanusia. Dengan adanya komunikasi, maka hubungan yang dihasilkan akan menjadi lebih maksimal. Adapun definisi komunikasi menurut Handoko (2003:272), bahwa komunikasi merupakan proses pemindahan pengertian yang berbentuk gagasan, informasi, atau lainnya dari seorang komunikator kepada komunikan. Dari definisi komunikasi tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang dilakukan dua orang atau lebih, dimana satu pihak yang ingin menyampaikan informasi maupun gagasan disebut komunikator dan yang menerima informasi tersebut disebut komunikan. Dengan adanya komunikasi yang terjadi antara dua pihak tersebut, maka hubungan yang dijalin akan menjadi lebih baik, jika penerjemahan informasi yang disampaikan komunikator mampu dipahami oleh komunikan, walaupun dimungkinkan banyaknya gangguan dalam penyampaian informasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa begitu banyak komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia yang dapat dibedakan menjadi beberapa tipe.

Menurut Cangara (2009:30), tipe komunikasi terdiri dari empat macam, antara lain: komunikasi dengan diri sendiri (*interpersonal communication*) yang terjadi dalam diri seseorang, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang terjadi antara dua orang maupun sekelompok kecil orang, komunikasi publik (*public communication*) yang disampaikan seorang komunikator dengan bertatap muka di depan khalayak ramai, dan komunikasi massa yang dilakukan melalui media massa modern. Salah satu tipe komunikasi yang disoroti akhir-akhir ini yaitu komunikasi massa. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki salah satu kebutuhan yang cukup penting, yaitu kebutuhan akan adanya informasi.

Masyarakat pada umumnya selalu mencari informasi yang penting dan dianggap perlu untuk diketahui. Hal ini dikarenakan masyarakat ingin selalu mengikuti perkembangan segala peristiwa yang terjadi di sekitar tempat tinggalnya maupun di tempat lain. Dengan mengetahui banyak informasi yang terjadi, maka masyarakat akan mampu mengikuti perkembangan zaman yang terus bergerak ini. Selain itu, informasi juga dapat menjadikan masyarakat

memiliki pandangan yang luas dan wawasan yang memadai. Hal ini akan mampu meningkatkan kedudukan dan strata sosial masyarakat dalam lingkungannya. Adapun informasi yang dibutuhkan masyarakat tersebut didapatkan melalui komunikasi massa. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa komunikator dalam komunikasi massa yaitu media massa modern. Menurut Sobur (2004:162), media massa modern merupakan sebuah media yang menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat terkini. Dengan kesadaran akan pentingnya sebuah informasi, maka masyarakat tidak akan melepaskan diri dari informasi yang ditawarkan oleh media massa modern. Dalam hal ini, contoh dari media massa modern antara lain televisi, majalah, koran, radio, film, jejaring sosial, dan lain sebagainya.

Dari berbagai contoh media massa modern yang ada, film merupakan salah satu media massa yang saat ini populer di kalangan masyarakat. Film merupakan salah satu karya dalam kehidupan modern yang memiliki pengaruh cukup signifikan pada kehidupan manusia. Menurut Sumarno (1998:85), film merupakan seni abad 20 yang menghibur, mendidik, melibatkan perasaan, membentuk pemikiran, dan memberikan pengaruh terhadap khalayak luas. Adapun bentuk karya film tersebut berupa komedi, pendidikan, dokumenter, dan lainnya.

Film dalam bentuk karya apapun memiliki posisi penting dalam meningkatkan potensi sosial, kebudayaan, dan perekonomian rakyat (Parlindungan, 2011). Selain itu, film juga merupakan media komunikasi massa terbaik, karena akan banyak hal yang dapat disampaikan komunikator kepada komunikan melalui pesan yang tersirat maupun tersurat melalui film yang diproduksinya. Populernya film di masyarakat dapat dilihat dari semakin berkembangnya dunia perfilman Indonesia sebagai sarana penghibur dan pemberi informasi bagi seluruh masyarakat. Saat ini, perkembangan dunia perfilman di Indonesia begitu pesat. Berbagai produk film lahir dari dapur perfilman Indonesia dan mampu bersaing di pasar perfilman dunia (<http://www.kapanlagi.com/showbiz/film/indonesia/23-film-indonesia-bersaing-di-ajang-film-cannes.html>).

Berkembangnya dunia perfilman di Indonesia tersebut, tidak lepas dari perkembangan perfilman dunia yang kini menjadi semakin ramai. Banyaknya produksi film versi Hollywood, Bollywood, dan lainnya terus memotivasi dunia perfilman dimanapun untuk selalu berkembang dan memproduksi film. Adapun salah satu kiblat perfilman yang menjadi tolok ukur dunia perfilman dunia yaitu Hollywood, pusat industri film yang dimiliki Amerika. Contoh karya film hasil dari dapur perfilman Hollywood antara lain: Basic Instinct, Robocop, Total Recall, Saving Private Ryan, The Fast and The Furious, Black Hawk Down, dan masih banyak lagi film yang dihasilkan. Semua film tersebut memiliki cerita yang unik, teknologi yang maju, sebuah pesan kehidupan, dan lainnya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam setiap aktivitas yang dilakukan manusia, komunikasi tidak akan dapat dipisahkan. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi memiliki peran vital dalam membina hubungan yang terjadi antarmanusia. Dengan adanya komunikasi, maka hubungan yang dihasilkan akan menjadi lebih maksimal. Adapun definisi komunikasi menurut Handoko (2003:272), bahwa komunikasi merupakan proses pemindahan pengertian yang berbentuk gagasan, informasi, atau lainnya dari seorang komunikator kepada komunikan. Dari definisi komunikasi tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang dilakukan dua orang atau lebih, dimana satu pihak yang ingin menyampaikan informasi maupun gagasan disebut komunikator dan yang menerima informasi tersebut disebut komunikan. Dengan adanya komunikasi yang terjadi antara dua pihak tersebut, maka hubungan yang dijalin akan menjadi lebih baik, jika penerjemahan informasi yang disampaikan komunikator mampu dipahami oleh komunikan, walaupun dimungkinkan banyaknya gangguan dalam penyampaian informasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa begitu banyak komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia yang dapat dibedakan menjadi beberapa tipe.

Menurut Cangara (2009:30), tipe komunikasi terdiri dari empat macam, antara lain: komunikasi dengan diri sendiri (*interpersonal communication*) yang terjadi dalam diri seseorang, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang terjadi antara dua orang maupun sekelompok kecil orang,

komunikasi publik (public communication) yang disampaikan seorang komunikator dengan bertatap muka di depan khalayak ramai, dan komunikasi massa yang dilakukan melalui media massa modern. Salah satu tipe komunikasi yang disoroti akhir-akhir ini yaitu komunikasi massa. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki salah satu kebutuhan yang cukup penting, yaitu kebutuhan akan adanya informasi.

Masyarakat pada umumnya selalu mencari informasi yang penting dan dianggap perlu untuk diketahui. Hal ini dikarenakan masyarakat ingin selalu mengikuti perkembangan segala peristiwa yang terjadi di sekitar tempat tinggalnya maupun di tempat lain. Dengan mengetahui banyak informasi yang terjadi, maka masyarakat akan mampu mengikuti perkembangan zaman yang terus bergerak ini. Selain itu, informasi juga dapat menjadikan masyarakat memiliki pandangan yang luas dan wawasan yang memadai. Hal ini akan mampu meningkatkan kedudukan dan strata sosial masyarakat dalam lingkungannya. Adapun informasi yang dibutuhkan masyarakat tersebut didapatkan melalui komunikasi massa. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa komunikator dalam komunikasi massa yaitu media massa modern. Menurut Sobur (2004:162), media massa modern merupakan sebuah media yang menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat terkini. Dengan kesadaran akan pentingnya sebuah informasi, maka masyarakat tidak akan melepaskan diri dari informasi yang ditawarkan oleh media massa modern. Dalam hal ini, contoh dari media massa modern antara lain televisi, majalah, koran, radio, film, jejaring sosial, dan lain sebagainya.

Dari berbagai contoh media massa modern yang ada, film merupakan salah satu media massa yang saat ini populer di kalangan masyarakat. Film merupakan salah satu karya dalam kehidupan modern yang memiliki pengaruh cukup signifikan pada kehidupan manusia. Menurut Sumarno (1998:85), film merupakan seni abad 20 yang menghibur, mendidik, melibatkan perasaan, membentuk pemikiran, dan memberikan pengaruh terhadap khalayak luas. Adapun bentuk karya film tersebut berupa komedi, pendidikan, dokumenter, dan lainnya.

Film dalam bentuk karya apapun memiliki posisi penting dalam meningkatkan potensi sosial, kebudayaan, dan perekonomian rakyat (Parlindungan, 2011). Selain itu, film juga merupakan media komunikasi massa terbaik, karena akan banyak hal yang dapat disampaikan komunikator kepada komunikan melalui pesan yang tersirat maupun tersurat melalui film yang diproduksinya. Populernya film di masyarakat dapat dilihat dari semakin berkembangnya dunia perfilman Indonesia sebagai sarana penghibur dan pemberi informasi bagi seluruh masyarakat. Saat ini, perkembangan dunia perfilman di Indonesia begitu pesat. Berbagai produk film lahir dari dapur perfilman Indonesia dan mampu bersaing di pasar perfilman dunia (<http://www.kapanlagi.com/showbiz/film/indonesia/23-film-indonesia-bersaing-di-ajang-film-cannes.html>).

Berkembangnya dunia perfilman di Indonesia tersebut, tidak lepas dari perkembangan perfilman dunia yang kini menjadi semakin ramai. Banyaknya produksi film versi Hollywood, Bollywood, dan lainnya terus memotivasi dunia perfilman dimanapun untuk selalu berkembang dan memproduksi film. Adapun

salah satu kiblat perfilman yang menjadi tolok ukur dunia perfilman dunia yaitu Hollywood, pusat industri film yang dimiliki Amerika. Contoh karya film hasil dari dapur perfilman Hollywood antara lain: Basic Instinct, Robocop, Total Recall, Saving Private Ryan, The Fast and The Furious, Black Hawk Down, dan masih banyak lagi film yang dihasilkan. Semua film tersebut memiliki cerita yang unik, teknologi yang maju, sebuah pesan kehidupan, dan lainnya.

Dari berbagai karya film yang dihasilkan dari dapur perfilman Hollywood tersebut, terdapat satu film yang memiliki genre tersendiri bagi sekelompok orang. Film tersebut adalah film The Fast and The Furious. Film tersebut merupakan sebuah film yang menyajikan sebuah kisah tentang balap mobil yang ilegal di jalanan. Film The Fast and The Furious diproduksi oleh Universal Studios, salah satu rumah produksi Hollywood. Adapun peluncuran film tersebut pertama kali dilakukan pada tahun 2001 dengan judul film The Fast and The Furious, kemudian tahun 2003 disusul dengan diluncurkan film 2 Fast 2 Furious, lalu tahun 2006 The Fast and The Furious: Tokyo Drift, tahun 2009 Fast and Furious, dan terakhir tahun 2011 yaitu Fast Five.

Dari kelima film tersebut, semua cerita yang diangkat berpusat pada balapan ilegal di jalanan kota. Mulai dari peristiwa perampokan, kecelakaan, dan berbagai peristiwa disajikan dalam film tersebut. Akan tetapi, film yang kemungkinan lebih mendekati kultur masyarakat Indonesia adalah The Fast and The Furious: Tokyo Drift. Hal ini dikarenakan film ketiga tersebut memiliki latar belakang tempat yaitu di Jepang, salah satu negara Asia yang memiliki kebudayaan dan tingkat sosial kurang lebih hampir sama dengan Indonesia. Dengan memiliki kesamaan geografis dengan letaknya di benua Asia, film The

Fast and The Furious: Tokyo Drift memiliki informasi yang mampu ditangkap dan kemungkinan besar mampu diimplementasikan oleh masyarakat Indonesia dibandingkan seri film yang lain. Selain itu, film The Fast and The Furious: Tokyo Drift tersebut juga memiliki pemeran film yang berusia muda, deskripsi tentang mobil balap yang luar biasa, memberikan informasi tentang trend mobil balap terkini, teknik mobil yang lebih tinggi dibandingkan tingkat Slalom, dan hal lain yang menarik minat para penggemar otomotif, terutama bagi sekelompok masyarakat yang memiliki hobi balap mobil (komunitas balap mobil).

Film The Fast and The Furious: Tokyo Drift yang diluncurkan tahun 2006 ini disutradarai oleh Justin Lin dan dirilis di Jepang. Ceritanya bermula dari seorang anak yang mengalami tabrakan karena mengikuti lomba balap liar yang kemudian dikirim ke Tokyo dengan ayahnya dengan tujuan agar tidak lagi berurusan dengan mobil. Akan tetapi, ternyata kepindahan anak tersebut ke Tokyo, malah mengakibatkan perkenalannya dengan dunia drifting yang didapatkan dari teman barunya. Film tersebut menunjukkan sebuah representasi tentang sebuah kebandelan ataupun kenekatan yang biasanya disebut unsur semiotik yang sering terjadi di kalangan pemuda, khususnya yang aktif di balap mobil. Representasi semiotik dari film tersebut sangat terlihat, dari kebandelan tokoh utama yang mencoba dunia balap dengan teknik drift, walaupun dilarang oleh orang tuanya. Orang tuanya memindahkan anak ke Tokyo, dengan tujuan agar menjadi lebih baik dan jauh dari dunia balap mobil. Akan tetapi ternyata anak mengenal teknik balap yang lebih tinggi, yaitu drift. Dari awal cerita tersebut, film The Fast and The Furious: Tokyo Drift ini mendapatkan pujian bintang tiga dari para kritikus perfilman. Adapun pujian tersebut karena film

tersebut mampu memberikan hasil yang lebih baik dari yang diharapkan sebelumnya (<http://www.imdb.com/title/tt0463985/>).

Menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift* ini, seseorang pasti memiliki sebuah motif. Menurut Effendy (2004:45), motif memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup seorang individu dan untuk mempertahankan eksistensi individu tersebut dalam strata sosialnya. Uno (2008:3) menambahkan bahwa motif merupakan kekuatan yang ada dalam individu, sehingga membuat individu tersebut bertindak atau berbuat. Dengan demikian, motif merupakan pondasi yang akan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Adapun motif yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah motif yang dimiliki oleh para anggota balap mobil dalam komunitas Jawa Timur Slalom Community. Komunitas tersebut merupakan sebuah komunitas balap mobil yang ada di Jawa Timur dan memiliki anggota komunitas sebanyak 75 orang yang terbagi dalam 5 tim balap mobil dengan memiliki rentang usia antara 20 – 40 tahun dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda-beda. Jawa Timur Slalom Community memiliki aktivitas balap mobil yang cukup tinggi, sehingga memiliki jam terbang yang cukup memadai sebagai anggota balap mobil. Adapun yang membedakan Jawa Timur Slalom Community dengan pemeran film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift* adalah legalitas dalam hal balap mobil yang dilakukan komunitas Jawa Timur Slalom Community.

Komunitas Jawa Timur Slalom Community akan menjadi obyek penelitian dalam penelitian ini. Adapun permasalahan yang diangkat yaitu tentang motif anggota komunitas Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*. Hal ini berdasarkan teori Taylor, et. al.

(2009:7) yang mengatakan bahwa motif terfokus pada kebutuhan seseorang. Hal ini dapat dibuktikan dari pengalaman sehari-hari dan riset psikologi sosial yang mampu memberi contoh bagaimana kebutuhan seseorang akan mampu mempengaruhi persepsi orang tersebut. Hal ini dapat dicontohkan ketika harus menjaga diri dan membuat nyaman diri sendiri, seseorang dimungkinkan akan dapat menyalahkan orang lain jika mengalami suatu kegagalan maupun kesalahan. Akan tetapi ketika melakukan keberhasilan dan membawanya pada kesuksesan, maka seseorang akan dengan sombongnya mengakui bahwa itu murni merupakan hasil jerih payahnya. Oleh karenanya, banyak penelitian yang membahas tentang motif seseorang. Menurut Blummer (dalam Rakhmat, 2001:66), motif dapat dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu: motif kognitif yang berdasarkan kebutuhan informasi up to date, motif identitas pribadi yang berdasarkan kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam diri seseorang, dan motif diversifikasi yang berdasarkan kebutuhan individu akan hiburan. Menurut ketiga motif tersebut, adapun permasalahannya antara lain: motif kognitif merupakan motif yang mendasari seorang anggota Jawa Timur Slalom Community menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift* untuk memenuhi kebutuhannya tentang teknik drift dan segala informasi tentang drift yang merupakan teknik lebih tinggi daripada slalom, kemudian motif personal mendasari seseorang yang ingin mempertahankan dirinya secara personal di Jawa Timur Slalom Community dengan menonjolkan kepribadiannya dan sosialisasinya dengan anggota balap yang lain, serta motif diversifikasi merupakan dasar seseorang yang memiliki permasalahan dengan kejenuhan dirinya dari aktivitas sehari-

harinya yang menjenuhkan sehingga memiliki kebutuhan akan sebuah hiburan yang sesuai dengan hobinya.

Penelitian tentang motif tersebut menggunakan teori komunikasi massa yang sering digunakan, yaitu *uses and gratifications*. Pendekatan tersebut menekankan bahwa penelitian komunikasi massa pada komunikasi tidak begitu memperhatikan pesan yang didapatkan. Akan tetapi, lebih kepada alasan seseorang menggunakan sebuah media dan apa yang akan digunakannya untuk media tersebut. Dengan demikian, model pendekatan tersebut lebih tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang menggunakan *uses and gratifications* ini lebih terfokus pada sekelompok orang yang menjadi boyek penelitian (Rakhmat, 2005:65).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul “Motif Anggota Balap Mobil dalam Menonton Film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift* (Studi Deskriptif Motif Anggota Balap Mobil Jawa Timur Slalom Community)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana motif anggota balap mobil Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif anggota balap mobil Jawa Timur Slalom Community dalam menonton film *The Fast and The Furious: Tokyo Drift*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berhubungan dengan motif anggota balap mobil terhadap film yang berhubungan dengan balap mobil melalui pendekatan penelitian kuantitatif.
2. Mampu memberikan pemikiran pada ilmu komunikasi dalam motif yang mendorong seseorang menonton film yang bermanfaat.
3. Sebagai bahan acuan dan referensi perpustakaan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bahan masukan bagi media massa dalam melihat kecenderungan motif masyarakat menonton sebuah film.
2. Diharapkan menjadi bahan masukan bagi para penonton, khususnya anggota balap mobil, tentang pentingnya kelegalan sebuah balapan yang dilakukan di jalanan.
3. Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya komunikasi massa, yang berhubungan dengan motif.