

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka berfokus pada penelitian terdahulu sebagai acuan untuk memperkuat kajian penelitian dan sebagai referensi yang dapat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Penelitian yang akan dilakukan ini mengenai Motif dan Makna Kompetisi bagi pembalap *FIM MiniGP* Indonesia. Kajian kepustakaan ini juga menunjukkan originalitas penelitian mengenai penelitian yang peneliti lakukan.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Sonny Hendra Septian. 2017. remaja dalam fenomena balap. Jurnal Universitas Airlangga. Vol. 5 No. 2.

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh fenomena balap liar yang hadir dalam realita sosial masyarakat yang melibatkan remaja sebagai pelaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses bergabungnya remaja ke dalam kelompok balap liar dan proses terbentuknya subkultur balap liar remaja. Penelitian ini menggunakan teori *Cultural Studies Sub Culture* Chris Baker. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan penentuan subjek penelitian *purposive* dimana subjek dipilih berdasarkan karakteristik yang sudah diutuskan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam. Berdasarkan hasil penelitian, fenomena balap liar

yang menyangkut remaja yang tergabung dalam kelompok balap liar dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu lingkungan, ekonomi, dan keinginan pribadi. Faktor lingkungan menjadi faktor dominan dalam fenomena balap liar tersebut. (Septian, 2017)

2.1.1.2 Mohammad Fahreza, dkk. 2019. *marketing strategy for tamakreasi minigp event*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial. Vol 1 No 1. DOI: <https://doi.org/10.32670>.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hadirnya kompetisi balap lokal bernama Tamakreasi *MiniGP Event* kedua di Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi bisnis internal dan eksternal *MiniGP*, Untuk mengusulkan strategi pemasaran untuk *MiniGP*, dan untuk mengembangkan rencana aksi strategi pemasaran *MiniGP*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan alat manajemen analitik; STP, Bauran Pemasaran, Kekuatan Porter 5, Analisis Penyebab Akar. STP dan *Marketing Mix* adalah alat yang akan membantu penulis menentukan kondisi internal Acara *MiniGP* Tamakreasi, Porter 5 *Forces* untuk menentukan kondisi eksternal Acara *MiniGP* Tamakreasi, dan analisis *Roots Caused*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi lalu lintas pengunjung yang rendah disebabkan oleh keterbatasan komunikasi pemasaran, kurangnya pengenalan lokasi acara, dan pemilihan sirkuit yang tidak biasa. Untuk mengatasi hal ini, Tamakreasi mengoptimalkan strategi komunikasi melalui bauran promosi yang

mencakup iklan, hubungan masyarakat, dan media sosial guna meningkatkan awareness dan partisipasi publik. (Fahreza, 2019)

2.1.1.3 Muhammad Nur Adnan. 2023. motif dan makna tagar #noviralnojustice di media sosial twitter. Garut. Universitas Garut

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi peneliti terdahulu berkaitan dengan penggunaan tagar #NoViralNoJustice di media sosial Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tagar #NoViralNoJustice dari aspek motif dan makna tagar #NoViralNoJustice. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Fenomenologi Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), studi pustaka, dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini yaitu tagar #NoViralNoJustice di media sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif penggunaan tagar #NoViralNoJustice yaitu Dalam aspek "untuk", penggunaan tagar #NoViralNoJustice digunakan untuk menggalang dukungan, untuk kepentingan politik, dan untuk mendorong perubahan. Sementara itu, dalam aspek "karena," motif penggunaan tagar ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, pengalaman melihat ketidakadilan, dan karena kepercayaan masyarakat terhadap kekuatan media sosial. Makna yang terkandung dalam tagar #NoViralNoJustice yakni sebagai penolakan terhadap kebijakan atau praktik tidak adil. Tagar #NoViralNoJustice juga bermakna sebagai penciptaan kesadaran. Tagar #NoViralNoJustice pun mengandung makna sebagai bentuk solidaritas kepada korban. Tagar #NoViralNoJustice pula memiliki makna sebagai pemberian suara

kepada keadilan, bentuk pemberian suara pada isu-isu keadilan, memberikan platform kepada individu untuk mendukung keadilan. (Adnan, 2023)

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Remaja Dalam Fenomena Balap Liar

No.	Item	Peneliti I
1.	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, Tahun	Sonny Hendra Septian. 2017. REMAJA DALAM FENOMENA BALAP. Jurnal Universitas Airlangga. Vol. 5 No. 2.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses bergabungnya remaja ke dalam kelompok balap liar dan proses terbentuknya subkultur balap liar remaja.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori yang Digunakan	<i>Cultural Studies Sub Culture</i> Chris Baker
5.	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian, fenomena balap liar yang menyangkut remaja yang tergabung dalam kelompok balap liar dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu lingkungan, ekonomi, dan keinginan pribadi. Faktor lingkungan menjadi faktor dominan dalam fenomena balap liar tersebut.

6.	Persamaan dan Perbedaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah subjek penelitian yang digunakan yaitu membahas mengenai alasan seseorang mengikuti balap motor, sementara perbedaannya adalah, objek penelitian terdahulu terfokus pada balap liar, dan teori yang digunakan adalah <i>Cultural Studies</i>
----	--------------------------------	--

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang *MARKETING STRATEGY FOR TAMAKREASI MINIGP EVENT*

No.	Item	Peneliti II
1.	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, Tahun	Mohammad Fahreza, dkk. 2019. MARKETING STRATEGY FOR TAMAKREASI <i>MINIGP</i> EVENT. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial. Vol 1 No 1. DOI: https://doi.org/10.32670
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi bisnis internal dan eksternal <i>MiniGP</i> , Untuk mengusulkan strategi pemasaran untuk <i>MiniGP</i> , dan untuk mengembangkan rencana aksi strategi pemasaran <i>MiniGP</i>
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori yang Digunakan	Strategi Marketing

5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi lalu lintas pengunjung yang rendah disebabkan oleh keterbatasan komunikasi pemasaran, kurangnya pengenalan lokasi acara, dan pemilihan sirkuit yang tidak biasa. Untuk mengatasi hal ini, Tamakreasi mengoptimalkan strategi komunikasi melalui bauran promosi yang mencakup iklan, hubungan masyarakat, dan media sosial guna meningkatkan awareness dan partisipasi publik.
6.	Persamaan dan Perbedaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yang digunakan yaitu event balap motor <i>MiniGP</i>, sementara perbedaannya adalah, objek penelitian terdahulu terfokus pada balap motor <i>MiniGP</i> skala regional, dan teori yang digunakan adalah Strategi Marketing

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Motif dan Makna Tagar #NoViralNoJustice di Media Sosial Twitter

No.	Item	Peneliti III
1.	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, Tahun	Muhammad Nur Adnan. 2023. MOTIF DAN MAKNA TAGAR #NOVIRALNOJUSTICE DI MEDIA SOSIA TWITTER Garut. Universitas Garut
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tagar #NoViralNoJustice dari aspek motif dan makna dari tagar #NoViralNoJustice
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori yang Digunakan	Fenomenologi
5.	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif penggunaan tagar #NoViralNoJustice yaitu Dalam aspek

		"untuk", penggunaan tagar #NoViralNoJustice digunakan untuk menggalang dukungan, untuk kepentingan politik, dan untuk mendorong perubahan. Sementara itu, dalam aspek "karena," motif penggunaan tagar ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, pengalaman melihat ketidakadilan, dan karena kepercayaan masyarakat terhadap kekuatan media sosial. Makna yang terkandung dalam tagar #NoViralNoJustice yakni sebagai penolakan terhadap kebijakan atau praktik tidak adil. Tagar #NoViralNoJustice juga bermakna sebagai penciptaan kesadaran. Tagar #NoViralNoJustice pun mengandung makna sebagai bentuk solidaritas kepada korban. Tagar #NoViralNoJustice pula memiliki makna sebagai pemberian suara kepada keadilan, bentuk pemberian suara pada isu-isu keadilan, memberikan platform kepada individu untuk mendukung keadilan
6.	Persamaan dan Perbedaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu Fenomenologi dengan aspek motif dan makna dari objek penelitian, sementara perbedaannya adalah, objek penelitian terdahulu terfokus tagar yang viral di media sosial Twitter.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoretis

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi berawal dari bahasa Latin '*Communis*' yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata '*Communico*' yang berarti membagi. Pengertian komunikasi kemudian dikembangkan oleh Rogers dan D. Lawrence Kincaid dengan penjelasan bahwa komunikasi yaitu sebuah proses di mana dua orang atau lebih membangun pertukaran informasi antara satu sama lainnya, yang akhirnya menemukan pemahaman yang mendalam. (Cangara, 2021)

Unsur atau elemen merupakan bagian yang melengkapi suatu badan. Unsur yang membangun komunikasi antara lain:

a. Sumber

Semua fenomena komunikasi pastinya melibatkan sumber sebagai pengirim informasi. Dalam komunikasi, sumber bisa berasal dari satu orang, namun juga bisa dalam bentuk kelompok, seperti organisasi atau lembaga, partai. Komunikator adalah seseorang yang berperan mengirim sumber informasi.

b. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yaitu sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima. Pesan dapat disampaikan tatap muka atau melalui media komunikasi. Pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat, bahkan propaganda.

c. Media

Media dalam unsur komunikasi alat yang digunakan untuk mengirim atau menyebarluaskan pesan dari sumber ke penerima. Media bisa berupa indra manusia, saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram, dan media elektronik seperti *handphone*, film, televisi, dan lain-lain.

d. Penerima

Penerima yaitu target dari pesan yang dikirim oleh sumber/komunikator. Penerima bisa terdiri dari individu, bahkan kelompok, seperti partai atau negara. Penerima adalah unsur penting dalam membangun komunikasi, karena mereka yang menjadi sasaran dari komunikasi. Penerima memiliki berbagai macam penyebutan, seperti khalayak, sasaran, komunikan. (Cangara, 2021)

2.2.1.2 Tinjauan Jurnalistik

Kata jurnalistik berasal dari bahasa Belanda, *journalistiek*. Adapun dalam bahasa lain yaitu *journalistic* atau *journalism* dalam bahasa Inggris yang berarti harian atau setiap hari. Menurut Onong U. Effendi, jurnalistik adalah keterampilan atau aktivitas mengolah bahan berita, dimulai dari peliputan sampai penyusunan yang layak disebarluaskan kepada masyarakat. Peristiwa besar atau kecil, argumen individu ataupun organisasi, asalkan hal tersebut diprediksikan dapat mendapat perhatian massa pembaca, pendengar, ataupun pemirsa, akan menjadi bahan dasar berita yang nantinya diolah. (Muhtadi, 2018)

2.2.1.2.1 Fungsi Jurnalistik

Menurut pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers, dijelaskan bila fungsi pers adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Informasi: Menyajikan informasi karena publik memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di warga dan negara.
2. Fungsi Pendidikan: Sebagai wadah pendidikan massal, surat kabar membuat teks-teks yang memberikan pengetahuan untuk masyarakat guna memperluas pengetahuan dan wawasannya.
3. Fungsi Hiburan: Item yang bersifat hiburan seringnya diterbitkan di media untuk menyamai berita penting atau cerita sulit. Hiburan dapat berbentuk kartun, cerita berseri, teka-teki silang, komik, dan lain-lain.
4. Fungsi Kontrol Sosial: Sikap organisasi pemberitaan dalam menjalankan tugas yang diperuntukkan kepada individu atau kelompok dengan tujuan

memperbaiki situasi melalui tulisan. Pasal yang dimaksud memuat kritik langsung maupun tidak langsung terhadap pejabat negara atau lembaga masyarakat.

5. Fungsi sebagai Lembaga Ekonomi: Pers yaitu badan usaha yang bergerak dalam bidang penerbitan. Pers memiliki bahan baku yang selanjutnya diolah sehingga menjadi berita, suatu produk yang diminati masyarakat dan memiliki nilai-nilai yang tinggi. Semakin tinggi kualitas berita, semakin tinggi pula nilai jualnya. Pers juga mempunyai bagian periklanan. Organisasi berita memerlukan uang untuk bertahan hidup. (Ramadhan, 2024)

2.2.1.3 Teori Fenomenologi

Fenomenologi merupakan ilmu mengenai fenomena (penampakan). Maksudnya, pembahasan mengenai esensi di balik fenomena dibuang jauh-jauh. Secara etimologi bahasa, Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomenon* berarti menampakkan diri dan *logos* bermakna akal budi. Ilmu mengenai penampakan berarti ilmu yang membahas tentang apa yang memunculkan diri ke pengalaman subjektif. (Adian, 2019)

Fenomenologi merupakan gerakan filsafat yang dicetus oleh Edmund Husserl. Fenomenologi menjadi salah satu jalur pemikiran yang sangat berpengaruh pada abad ke-20. Fenomenologi berupaya menepis semua asumsi yang mengontaminasi pengalaman konkret manusia. Itulah mengapa Fenomenologi disebut sebagai upaya berfilsafat secara radikal. (Adian, 2019)

Tujuan fenomenologi yaitu mempelajari seperti apa peristiwa yang dialami kesadaran, pikiran, dan tindakan, misalnya bagaimana peristiwa tersebut bermakna atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencari pemahaman bagaimana manusia membangun makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektivitas dikarenakan pemahaman kita tentang dunia dibuat oleh hubungan kita dengan orang lain. Meskipun makna yang kita buat dapat dicari dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, namun tetap saja ada peran orang lain yang terkandung di dalamnya. (Ramadhan, 2024)

2.2.1.3.1 Fenomenologi Edmund Husserl

Fenomenologi Edmund Husserl mengadopsi pola berfilsafat Kant, filsafat transendental. Filsafat transendental itu sendiri adalah pola berfilsafat yang tidak sekadar membahas mengenai sumber dan kodrat pengetahuan, tetapi syarat-syarat pengetahuan yang tidak ditemukan dalam pengetahuan namun diandaikan. Filsafat transendental Kant menggali inti transendental pengetahuan manusia sampai membentur ego transendental, suatu ego yang berkaitan dan tunggal sebagai syarat kesatuan pengetahuan manusia. (Adian, 2019)

Husserl berargumen bila fenomenologi berperan menempatkan kontribusi individu sebagai pemberi makna yang mengeluarkan *output* berbentuk aksi yang didasari oleh pengalaman sehari-hari serta berdasarkan niat. Individu kemudian memilih sesuatu yang dilaksanakan berdasarkan makna tentang sesuatu tersebut.

Fenomena hanya bisa diamati oleh orang yang mengalaminya langsung. Sementara fenomenologi yaitu mempelajari peristiwa manusia tanpa mempertanyakan penyebabnya, kenyataan yang sesungguhnya, serta penampilannya. Sains telah mengabaikan dunia kehidupan sebagai sumber makna (Hamzah, 2020)

Fenomenologi Husserl pada hakikatnya bercorak idealistik, karena mengajak untuk kembali pada sumber asli yang ada di diri subjek serta kesadaran. Ilmu komunikasi bisa memiliki landasan yang kuat bila dugaan-dugaan ontologi dan epistemologinya berasaskan pada pengetahuan mengenai inti kesadaran. Konsepsi Husserl mengenai "aku transedental" dimaknai sebagai subjek absolut, di mana semua kegiatannya yaitu menciptakan 2 dunia. Namun, Husserl tidak memahami bahwa sebenarnya subjek atau kesadaran, selain terdiri dari dunia, juga dibangun oleh dunia. (Adnan, 2023)

Berikut adalah hal-hal utama dari perspektif Husserl tentang fenomenologi, untuk lebih spesifiknya:

1. Fenomena yaitu realitas sendiri yang terlihat.
2. Tidak ada sempadan antara subjek juga realitas.
3. Kesadaran itu disengaja.
4. Ada hubungan antara aktivitas sadar dan objek yang disadari. (Adnan, 2023)

2.2.1.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz

Dengan asumsi Husserl melihat fenomenologi sebagai teknik ilmiah yang digunakan untuk berkonsentrasi pada peristiwa yang terjadi di sekitarnya, maka Schutz melihat kontribusi humanistik dalam pemeriksaan sains, pemikiran, dan kesadaran. Schutz tidak hanya memahami dunia sosial, tetapi menggambarkan hal-hal sentral yang berbeda dari ide-ide logis dan model hipotetis yang berbeda dari realitas yang ada. Schutz melihat berbagai faktor nyata termasuk mimpi dan ketidakteraturan, namun kebenaran yang paling tinggi adalah dunia biasa yang memiliki sifat intersubjektif atau sebagai *the lide word*. (Adnan, 2023)

Schutz sependapat dengan pendapat Weber bahwa kebersamaan dalam struktur ideal mereka harus dilihat secara akurat. Schutz juga tidak hanya mengakui pandangan Weber, ia bahkan menekankan bahwa sosiologi pada dasarnya tertarik pada kegiatan persahabatan. Gagasan "sosial" dicirikan sebagai hubungan antara setidaknya dua individu, dan gagasan "aktivitas" dicirikan sebagai perilaku yang membingkai *emotional significance*. Namun, Schutz juga berpendapat bila *subjective meaning* bukan ada pada dunia tersendiri, personal, atau individual. *Subjective meaning* yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor adalah sebuah "kesamaan" dan "kebersamaan" di antara para aktor. Maka dari itu sebuah *subjective meaning* dikatakan sebagai "Intersubjektif". (Adnan, 2023)

Schutz kemudian memaparkan jika melihat ke masa depan (*looking forward into the future*) adalah hal yang bermakna bagi ide tindakan. Kegiatan

adalah tingkah laku yang mengarah pada pengakuan tujuan di kemudian hari yang masih dalam (*Determinate*). Dalam kalimat ini memang ada maksud bahwa seseorang memiliki masa lampau (*pastness*). Selanjutnya alasan aktivitas tersebut memiliki komponen ke masa depan (*futurity*) dan komponen ke masa lalu (*pastness*) Untuk menjelaskan bahwa tujuan suatu tindakan sosial seseorang cukup kompleks, Schutz menggunakan istilah tata bahasa, dengan menyebut *in the future perfect tense (modo futuri exacti)*. Sementara itu, suatu tindakan dapat disebut sebagai "tindakan yang sedang berlangsung" (*the action in progress*) dan "tindakan yang telah lengkap" (*the completed act*). Dengan meraih sebutan dari Heidegger, Schutz mengatakan bahwa "*the completed act thus pictured in the future perfect tense as the project (Ertwurf) of the action*". Apa yang dimaksud dengan "proyek", Schutz memaparkan: "*is the act which is the goal of the action and which is brought into being by the action*". (Adnan, 2023)

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Motif

Djaali menyatakan bahwa motif (*motive*) merupakan suatu alasan, pembenaran individu dibalik tindak lanjut terhadap sesuatu. Untuk situasi ini, motif digabungkan dengan motif sosial, menurut Martameh, bahwa motif sosial adalah motif yang menyusun premis aktivitas individu dalam tanggapannya terhadap orang lain, ketika mereka mengambil keputusan dengan mempertimbangkan akibat bagi orang lain. Proses berpikir yang terpengaruh, termasuk dan memiliki saran untuk orang lain. Dilihat dari

sebagian makna rasional tersebut, cenderung dikemukakan bahwa proses berpikir adalah suatu motivasi yang membuat seseorang atau suatu wilayah bertindak, baik sebagai peningkatan fundamental maupun sebagai dorongan utama. (Adnan, 2023)

Alfred Schutz membagi dua pertanyaan tentang motif, yaitu:

1. Motif "untuk", maksudnya sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa yang akan datang
2. Motif "karena", maksudnya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu. (Hamzah, 2020)

2.2.2.2 Makna

Makna adalah maksud yang terdapat dalam suatu kata atau kalimat yang menunjukkan hubungan dengan konsep dan benda atau hal yang dirujuk. Makna dan bahasa atau kata-kata merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, maka apabila suatu kata tidak bisa dihubungkan dengan benda, peristiwa, atau keadaan tertentu, manusia tidak dapat memperoleh makna dari kata tersebut. Makna bersifat abstrak dan terdapat bukan pada bahasa atau kata-kata, yakni pada manusia yang memakai bahasa atau kata-kata tersebut. (Rahmawati, 2023)

Dalam ilmu komunikasi, makna merupakan substansi yang dipertukarkan oleh manusia. Hal ini karena manusia memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan ketika berkomunikasi, baik secara verbal atau

nonverbal. Selaras dengan ungkapan Alfred Korzybski tentang “*Words don’t mean, people means*”, yang berarti bahwa kata-kata (bahasa) sebenarnya tidak memiliki makna, namun manusia yang memberikan makna terhadap kata-kata yang diucapkan tersebut. Semakin sama pemahaman terhadap simbol komunikasi yang digunakan, maka akan semakin sama makna dan pesan komunikasi yang diperoleh. Pada hakikatnya, makna yang berhubungan dengan komunikasi termasuk ke dalam fenomena sosial. Makna sebagai bagian dari konsep komunikasi meliputi lebih dari sekadar penafsiran individu, melainkan meliputi banyak penafsiran yang secara bersama dimiliki manusia sebagai komunikator. (Rahmawati, 2023)

2.2.2.3 Tinjauan Olahraga

Esensi dari olahraga adalah permainan manusia. Definisi klasik olahraga yang bertumpu pada permainan dan peragaan keterampilan fisik dengan dukungan usaha keras kelompok otot-otot besar misalnya, semakin sulit untuk dipertahankan seiring dengan perubahan sosial dan perubahan iptek yang semakin maju. Muatan teknologi yang menggabungkan otot dan mesin serta temuan ilmiah melahirkan olahraga yang berorientasi teknologi (*Techno sport*). Isu lingkungan hidup dan falsafah pembangunan berwawasan lingkungan juga mempengaruhi corak kegiatan cabang olahraga baru yang berorientasi lingkungan sehingga lahir olahraga yang bernuanas lingkungan (*eco sport*). (Setiyawan, 2017)

Definisi olahraga menurut Husdarta (2010: 133), bahwa olahraga merupakan kegiatan otot yang energik dan dalam kegiatan itu atlet memperagakan kemampuan gerakanya dan kemauanya semaksimal mungkin. Menurut UNESCO sport adalah setiap aktivitas fisik berupa permainan yang berisikan perjuangan melawan unsur-unsur alam, orang lain ataupun diri sendiri. Definisi yang dirumuskan oleh Dewan Eropa pada tahun 1980 merumuskan bahwa olahraga sebagai aktivitas spontan, bebas dan dilaksanakan selama waktu luang. Sedangkan menurut Husdarta (2010: 134), istilah olahraga tidak digunakan dalam olahraga kompetitif yang sempit, karena pengertiannya bukan hanya sebagai himpunan aktivitas fisik yang resmi terorganisasi dan tidak resmi yang tampak kebanyakan dalam cabang-cabang olahraga namun juga dalam bentuk yang mendasar seperti senam, pelatihan kebugaran jasmani. Olahraga mengandung arti akan adanya sesuatu yang berhubungan dengan peristiwa mengolah raga atau mengolah jasmani. Giriwijoyo (2005:30) mengatakan bahwa olahraga adalah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana yang dilakukan secara sadar untuk meningkatkan kemampuan fungsionalnya. Selanjutnya Kusmaedi (2002:1) menyatakan bahwa kata olahraga berasal dari beberapa hal, yaitu:

1. *Disport* yaitu bergerak dari satu tempat ke tempat lain,
2. *Field Sport* yaitu kegiatan yang dilakukan para bangsawan yang terdiri dari menembak dan berburu,

3. Desporter yaitu membuang kata lelah,
4. *Sports* yaitu pemuas atau hobi, dan
5. Olahraga yaitu gerak badan untuk menguatkan badan.

Sedangkan menurut *International Council of Sport and Education*, olahraga adalah kegiatan fisik yang mengandung sifat permainan dan berisi perjuangan dengan diri sendiri atau perjuangan dengan orang lain serta konfrontasi dengan unsur alam. Selanjutnya, Kosasih menyatakan bahwa olahraga adalah kegiatan untuk memperkembangkan kekuatan fisik dan jasmani supaya badan kuat dan tenaga cukup terlatih menjadi tangkas untuk melakukan perjuangan hidupnya. (Setiyawan, 2017)

Dari beberapa definisi, dapat disimpulkan bahwa olahraga adalah kegiatan aktivitas jasmani yang mengandung sifat permainan serta berisi perjuangan dengan diri sendiri, orang lain, dan alam yang mempunyai tujuan tertentu. (Setiyawan, 2017)

2.2.2.4 Olahraga Otomotif

Olahraga otomotif (*motorsport*) adalah jenis olahraga kompetitif yang melibatkan penggunaan kendaraan bermotor, seperti mobil, sepeda motor, kapal, dan pesawat terbang. Acara ini biasanya diadakan di jalur atau lintasan yang telah ditentukan, dan para kompetitor berlomba satu sama lain untuk menentukan siapa yang tercepat atau paling terampil. Olahraga otomotif dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori berdasarkan

jenis kendaraan yang digunakan, medan atau kondisi lintasan, jarak atau durasi perlombaan, dan faktor lainnya. (Venturoli, 2021)

Beberapa jenis olahraga otomotif yang paling populer termasuk Formula One, MotoGP, NASCAR, IndyCar, reli, balap mobil tur, dan balap ketahanan. Acara-acara ini menarik banyak penonton dan sering disiarkan secara global, dengan para penggemar yang mengikuti tim dan pembalap favorit mereka dari seluruh dunia. Olahraga otomotif sering dikaitkan dengan kecepatan tinggi, kegembiraan, dan teknologi mutakhir, dan dapat menjadi tontonan yang mendebarkan untuk ditonton oleh para penggemar maupun penonton biasa. (Venturoli, 2021)

Ada banyak jenis kompetisi olahraga otomotif, mulai dari yang melibatkan kendaraan roda empat hingga yang melibatkan kendaraan roda dua, perahu, dan bahkan pesawat terbang. Beberapa kompetisi yang paling populer di seluruh dunia termasuk:

- a. Formula One
- b. MotoGP
- c. NASCAR
- d. IndyCar
- e. Rallying
- f. Balap Mobil Touring
- g. Balap ketahanan
- h. Balap Drag

- i. Balap Superbike
- j. Motocross (Venturoli, 2021)

Pada penelitian ini, peneliti masuk ke ranah kompetisi *FIM MiniGP*, yang di mana kompetisi ini adalah langkah awal pembalap yang ingin serius menuju kompetisi besar MotoGP.

2.2.2.5 *FIM MiniGP*

FIM MiniGP merupakan program global yang digagas oleh FIM (*Fédération Internationale de Motocyclisme*) dan Dorna Sports, yang bertujuan untuk mencetak bibit unggul pembalap usia muda melalui kompetisi yang distandarisasi secara internasional. Kejuaraan ini membuka peluang bagi bakat-bakat muda dari seluruh dunia untuk bersaing membangun kariernya secara berjenjang agar dapat masuk ekosistem balap MotoGP. (Estrada, 2022)

Dorna bersama FIM dan FMN berusaha membantu negara-negara yang tertarik dengan memperkenalkan langkah baru mempersiapkan pembalap dari seluruh dunia lewat cara khusus dan terstandarisasi sehingga karier mereka terjenjang. (FIM MiniGP World Series, 2021)

FIM MiniGP World Series dirancang sebagai langkah pertama menuju *Road to MotoGP*. Dimulai pada tahun 2021, dan ada tiga jenis kompetisi: *FIM MiniGP National Cup*, yang diselenggarakan oleh atau melalui satu FMN (federasi nasional); *FIM MiniGP Regional Cup*, yang diselenggarakan oleh atau

melalui berbagai FMN; *FIM MiniGP Continental Cup*, yang diselenggarakan oleh atau melalui CONU (serikat kontinental). (FIM MiniGP World Series, 2021)

Ada dua kelas yang dapat diselenggarakan Seri: kelas 160cc dan kelas 190cc. Kelas 190cc memulai debutnya pada tahun 2023 untuk Seri yang telah menyelenggarakan kompetisi 160cc. Pembalap berusia antara 10 dan 14 tahun untuk kelas 160cc dan antara 12 dan 16 tahun untuk kelas 190cc. Setiap Seri harus memiliki minimal lima acara yang terdiri dari 10 balapan dan pembalap teratas di setiap Seri kemudian akan diundang ke Final Dunia. (FIM MiniGP World Series, 2021)

Final *FIM MiniGP* akan mempertemukan para pembalap terbaik dari setiap seri yang akan berlaga selama dua hari bersamaan dengan acara MotoGP, sehingga menciptakan acara yang benar-benar mendunia. Sebagai bagian dari “*Road to MotoGP*”, ada juga kesempatan bagi para pembalap untuk naik kelas dan mengembangkan karier mereka.



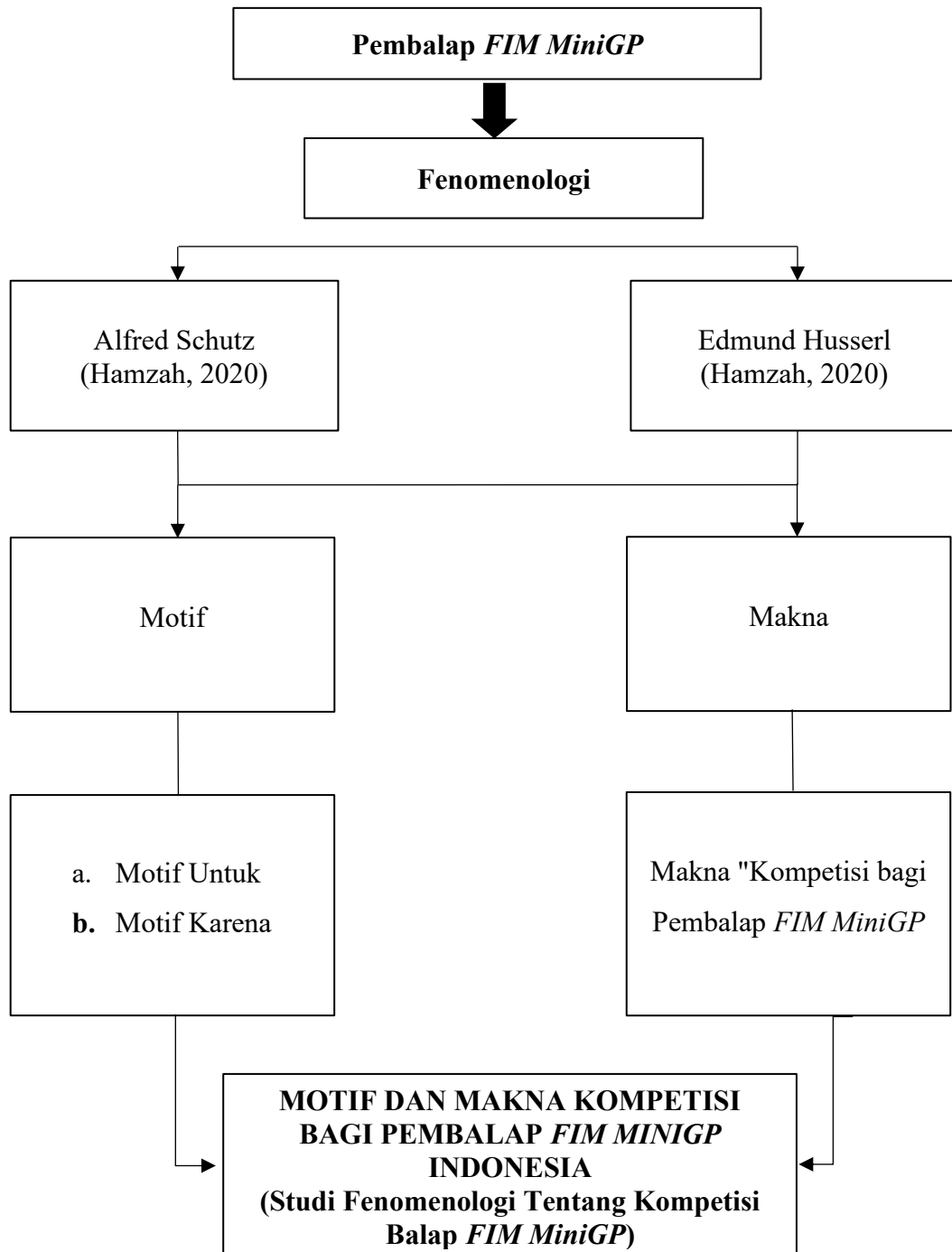
Sumber: Liputan6.com

Gambar 3: Peresmian *FIM MiniGP* Indonesia di Jakarta

FIM MiniGP untuk pertama kalinya masuk ke Indonesia pada tahun 2022. *FIM MiniGP* Indonesia diresmikan oleh Ikatan Motor Indonesia (IMI) dan Sport Talenta Indonesia (STI) bersama FIM dan DORNA Sports. Acara peresmian *FIM MiniGP* turut dihadiri oleh Ketua MPR Bambang Soesatyo di Jakarta. (Estrada, 2022)

FIM MiniGP Indonesia Series terdiri dari enam putaran. Tahun ini, seri pertama dimulai pada pertengahan Juli 2025 dan ditutup pada akhir bulan September 2025. Untuk tahun pertama *MiniGP* Indonesia Series, sudah ada 35 peserta yang mendaftar. Mereka akan diseleksi menjadi 15 orang, yang nantinya saling bersaing.

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



SUMBER: (Olahan Peneliti, 2025)