

FENOMENA KEMBALINYA DESAIN RETRO KE SEPEDA MOTOR MODERN

Andika Putra Fajar¹⁾, Aninditya Daniar²⁾

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

¹⁾19052010047@student.upnjatim.ac.id

²⁾aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan modifikasi otomotif di Indonesia khususnya sepeda motor semakin berkembang dengan pesat, semakin beragam jenis dan peminatnya. Dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang menyebabkan semakin banyaknya produk sejenis yang dihasilkan dan ditawarkan dimana salah satu pilihan tersebut harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kondisi ini membuat produsen berlomba-lomba meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif terutama sepeda motor berkembang dengan pesat.

Kata Kunci: *retro, sepeda motor, konsumen*

ABSTRACT

The development of automotive modification in Indonesia, especially motorcycles is growing rapidly, the more diverse types and enthusiasts. With advances in technology and science that is growing, it causes more and more similar products to be produced and offered where one of these options must be adjusted to the wishes and needs of consumers. This condition makes manufacturers compete to increase innovation by launching new products to increase market share. The increasing mobility of society at this time and supported by the lack of representation of public transportation in Indonesia has made the automotive industry, especially motorcycles, develop rapidly.

Keywords: *retro, motorcycle, consumer*

PENDAHULUAN

Bagi sebagian orang, masa lalu menarik untuk dikenang dan ditampilkan kembali. Fenomena mengulang trend yang lalu atau disebut retro menjadi bagian aplikasi desain komunikasi visual. Semangat menghadirkan/menampilkan/memvisualkan kembali nuansa/gaya-gaya lama disebut sebagai retro, yang menjadi istilah populer untuk mendefinisikan/menyebutkan model pengulangan-pengulangan yang disebut sebagai revival, alchimia, eklektik, historisisme, rekonstruksi, dan duplikasi. Menurut Longman Dictionary Of Contemporary English, pengertian ‘retro’ adalah deliberately using styles of fashion or design from the recent past. Pengertian ini ada hubungannya dengan definisi retrospective yakni:

1. concerned with or thinking about the past; dan
2. a show of the work of an artist, that includes all the kinds of work they have done

Retro menjadi bagian dari trend, dan teks baru untuk menyebutkan sesuatu yang pernah muncul dan muncul kembali. *Retro* dalam aplikasi kontemporer mengakulturasi unsur lama dengan kebaruan yang berupa gagasan, kemajuan teknologi visualisasi/pencitraan, dan menimbulkan kesan keluar dari paritas, dikemas menjadi satu kesatuan. Contohnya seperti pada iklan-iklan yang disebutkan di atas tadi.

Dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang menyebabkan

semakin banyaknya produk sejenis yang dihasilkan dan ditawarkan dimana salah satu pilihan tersebut harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenuhi target pasar. Untuk mencapai pasar sasaran yang sangatlah tinggi dibutuhkan keuletan dan kejelian dari pihak manajer pemasaran untuk lebih aktif berusaha mencari peluang dan kesempatan yang ada, karena faktor utama yang dapat menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah pemasaran (Achidah, dkk, 2016:2).

Sekarang ini persaingan di dunia otomotif begitu ketat, khususnya persaingan sepeda motor. Kondisi ini membuat produsen berlomba-lomba meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif terutama sepeda motor berkembang dengan pesat. Kemunculan kendaraan roda dua membuktikan bahwa sepeda motor bukan hanya alat transportasi gerak cepat, melainkan alat transportasi yang praktis dan terjangkau. Sepeda motor merupakan jenis kendaraan yang bisa dimiliki oleh berbagai kalangan ekonomi, mulai dari kalangan atas, menengah, bahkan kalangan ekonomi bawahpun juga tidak sedikit yang memiliki kendaraan roda dua (Siburian dan Zainurossalamia 2016:100).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan pengumpulan data kuisioner yang disebar kepada khalayak yang terutaa calon konsumen sepeda motor untuk memperhatikan respon terhadap desain sepeda motor retro terhadap keputusan pembelian

Menurut Arikunto penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Menurut Chariri (dalam jurnal Fadli, 2021), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya? Sehingga penelitian kualitatif berbasis pada konsep menjelajah dan mengamati sejumlah kasus ataupun kasus tunggal.

Peneliti juga menggunakan sampling purposive yang pengambilan sampel secara acak dimana kelompok sampel ditargetkan memiliki atribut-atribut tertentu, metode ini dapat digunakan pada banyak populasi, tetapi lebih efektif dengan ukuran sample yang lebih kecil dan populasi yang lebih homogen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi Model Sepeda

Model sepeda motor jaman sekarang dominan dengan bentuk shape dinamis yang menggambarkan kecepatan dan tegas contohnya pada desain sepeda motor sekarang.



Gambar 1 (Honda Vario 150cc 2021)
(Sumber : <https://www.astra-honda.com/product/vario-125>)



Gambar 2 (Kawasaki ninja 250 2020)
(Sumber: <https://www.kawasaki-motor.co.id/id-id/sepeda-motor/ninja/sport/ninja-250>)

Namun tidak semua desain sepeda motor seperti itu, banyak juga desain sepeda motor dengan model retro yang mengedepankan bentuk oval yang terlihat kalem dan fleksibel seperti contoh.



Gambar 3 (Yamaha fazio)
(Sumber : <https://www.yamaha-motor.co.id/id-id/sepeda-motor/fazio>)



Gambar 3 (Honda Scoopy)

(Sumber <http://sotomotif.kompas.com/read/2021/12/08/090200915skutik-honda-scoopy-punya-baju-baru-harga-masih-sama>)

Desain dari sepeda motor ini telah mengambil referensi desain dari sepeda motor yang sangat terkenal dan juga berasal dari Italia yaitu Vespa, motor yang sangat erat dengan desain retro ini sangat lah sukses dengan branding retro yang dibawanya, tak pernah merubah bentuk desain sepeda motor vespa yang dari mulainya selalu membentuk shape yang melengkung yang terlihat fleksibel, kalem dan juga nyaman vespa tapi berinovasi dengan mesin yang lebih irit dan juga hemat bahan bakar yang sangat modern namun tak menghilangkan kesan retronya.



Gambar 5 (Vespa Matic)

(Sumber : <https://www.otosia.com/>)

Minat Tanggap Khalayak

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuisioner google form untuk mengetahui sikapresponden terhadap sepeda motor desain modern atau retro. Dalam kuisioner, penulis menyediakan gambar tentang sepeda motor dengan desain modern dan juga sepeda motor dengan desain retro,saya memberikan 4 pertanyaan terkait respond an presepsi responden terhadap perbandingan sepeda motor dengan desain modern atau sepeda motor dengan desain retro, penulis menggunakan skala trushtone untuk menghitung juisoner tersebut yang telah diisi oleh 20 responden dengan memilik tanggapan yang berbeda-beda.

Tabel 1 Hasil Data Kuisioner

No	Pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
1.	Apakah sangat familiar dengan desain Sepeda Motor <i>retro</i> ?	-	-	3	6	11
2.	Apakah anda lebih memilih sepeda motor <i>retro</i> ?	5	3	2	4	6
3.	Apakah anda lebih memilih sepeda motor <i>modern</i> ?	4	5	3	4	4
4.	Apakah anda lebih memilih kendaraan sepeda motor dari pada mobil atau kendaran umum ?	3	2	4	6	5
Jumlah		12	10	12	20	26

(Sumber: Kuisioner Google Form, 2022)

Dari kuisioner *google form* yang penulis sebar kepada khalayak telah diperoleh sebuah hasil bahwa responden sangat familiar dengan sepeda motor *retro* namun tidak sedikit juga yang lebih memilih sepeda motor dengan desain *modern* ketimbang dengan sepeda motor dengan desain *retro*. Tetapi desain sepeda motor *retro* dan berkendara sepeda motor masih banyak disukai oleh masyarakat Indonesia khususnya anak muda.

KESIMPULAN

Dari pembahasan dan hasil yang didapatkan, bisa disimpulkan bahwa sepeda motor dengan desain *retro* masih banyak peminatnya meskipun terkesan jadul dan juga kuno namun desain *retro* masih ramai peminatnya, berdasarkan penelitian ini penulis melihat potensi sepeda motor dengan desain *retro* bisa meningkatkan penjualan sepeda motor jika dimbangi desain yang beda dan juga menarik serta diimbangi pula dengan mesin yang hemat dan juga nyaman digunakan sehari-hari, penulis juga melihat bahwasannya desain *retro* tak aakan pernah mati selalu memiliki peminat tersendiri yang jumlahnya tidak sedikit terbukti dengan desain *retro* masih saja belum punah dan dimakan jaman namun malah beradaptasi dengan jaman.

REFERENSI

- Wasono Hadi, 1211877023 (2018) *Redesain Interior Bengkel Kustom Sepeda Motor Retro Classic Cycles*. Skripsi thesis, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- ASIH, RETNO (2019) *Pengaruh kualitas produk, desain, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy (studi kasus pada konsumen yang akan*

membelisepeda motor honda scoopy di pt taruna adiprima motor kodus

Longman, *Dictionary of Contemporary English*, 3d Edition, Longman, 2001.

<https://www.otosia.com/>

<https://www.yamaha-motor.co.id/id-id/sepeda-motor/fazio>

<http://sotomotif.kompas.com/read/2021/12/08/090200915skutik-honda-scoopy-punya-baju-baru-harga-masih-sama>

<https://www.kawasaki-motor.co.id/id-id/sepeda-motor/ninja/sport/ninja-250>