

ABSTRAK

Amada, Mochammad irgi. “OPINI PUBLIK TERHADAP TREN MODIFIKASI MOTOR PADA AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK @ADI.KEDAIBIGBIKE ”. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Kukuh Pribadi,S.I.Kom.,M.A.

Kata Kunci: Tren Modifikasi, TikTok, Komunikasi, Opini Publik

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai opini publik terhadap tren komunikasi motor, dengan fokus pada konten yang diunggah oleh "Kedai Big Bike Lumajang" melalui platform media sosial TikTok. Penelitian ini mengadaptasi teori Opini Publik sebagai kerangka konseptual utama untuk menganalisis bagaimana pesan-pesan terkait motor, khususnya big bike, disampaikan dan diterima oleh masyarakat melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, di mana data akan dikumpulkan melalui observasi terhadap konten TikTok yang dihasilkan oleh "Kedai Big Bike Lumajang" dan interaksi pengguna dalam bentuk komentar, like, dan berbagi. Wawancara mendalam juga akan dilakukan untuk mendapatkan pandangan lebih lanjut dari anggota masyarakat terkait opini mereka terhadap tren komunikasi motor yang dipromosikan melalui media sosial ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana opini publik terbentuk dan berkembang dalam konteks tren komunikasi motor di media sosial TikTok, khususnya pada akun "Kedai Big Bike Lumajang". Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang dinamika opini publik dalam menghadapi fenomena komunikasi motor melalui platform media sosial.

ABSTRAK

Amada, Mochammad irgi. "*PUBLIC OPINION ON MOTORCYCLE MODIFICATION TRENDS ON THE TIKTOK ACCOUNT @ADI.KEDAIBIGBIKE*". Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Jember. Advisor: Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A.

Keywords: *Modification Trends, TikTok, Communication, Public Opinion*

This research aims to gain a profound understanding of public opinion regarding motorcycle communication trends, with a specific focus on content disseminated by "Kedai Big Bike Lumajang" through the TikTok social media platform. The study adopts the Public Opinion theory as the primary conceptual framework to analyze how messages related to motorcycles, particularly big bikes, are conveyed and received by the public through social media. The research employs a qualitative descriptive method, wherein data will be collected through the observation of TikTok content generated by "Kedai Big Bike Lumajang" and user interactions in the form of comments, likes, and shares. In-depth interviews will also be conducted to obtain further insights from community members regarding their opinions on motorcycle communication trends promoted through this social media platform. The expected outcomes of this research include insights into how public opinion forms and evolves within the context of motorcycle communication trends on the TikTok social media platform, particularly on the "Kedai Big Bike Lumajang" account. The implications of this research are anticipated to contribute to our understanding of the dynamics of public opinion in the face of motorcycle communication phenomena through social media platforms.