

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pencemaran udara di Indonesia sudah sangat mengkhawatirkan. Di kota besar seperti Jakarta, kualitas udara buruk hampir sepanjang tahun. Penyebab utamanya adalah asap kendaraan bermotor. Buruknya kualitas udara Jakarta dapat dilihat dari *air quality index* (AQI) yang sudah mencapai di atas batas sehat konsentrasi *Particulate Matter* (PM) 2,5 yaitu dengan nilai AQI 189 yang artinya kualitas udara di Jakarta tidak sehat. Rentang nilai AQI adalah 0 sampai 500. Semakin tinggi nilai AQI, maka semakin tinggi tingkat polusi udara dan semakin tinggi pula risiko kesehatan.

Nilai AQI	Level Kesehatan
0 – 50	Baik
51 – 100	Sedang
101- 150	Tidak Sehat Untuk Masyarakat Rentan
151 – 200	Tidak Sehat
201 – 300	Sangat Tidak Sehat
301 – 500	Berbahaya

Tabel 1. 1 Nilai Air Quality Index

Sumber : AirVisual.com

Selain data dari *Air Visual*, terdapat juga data dari *Greenpeace* pada Kamis (14/3/2019) lalu yang memperlihatkan bahwa udara Jakarta masuk ke dalam peringkat nomor satu kota paling berpolusi di Asia Tenggara dengan total skor 45,3 $\mu\text{g}/\text{m}^3$. Angka polusi udara yang tercatat sudah melebihi batas aman yang ditentukan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization / WHO*) yaitu sebesar 10 $\mu\text{g}/\text{m}^3$. Selain melampaui tolok ukur internasional WHO, angka polusi udara tersebut juga melampaui baku mutu Indonesia yang sudah ditetapkan pemerintah menurut standar nasional pada PP No. 41 Tahun 1999 tentang

Pengendalian Pencemaran Udara, sebesar 15 $\mu\text{g}/\text{m}^3$. (*Greenpeace* Indonesia, 2019).



Gambar 1. 1 Tingkat Polusi di Kota Asia Tenggara

Sumber : Greenpeace.com

Berdasarkan data-data di gambar 1.1, dapat dilihat bahwa memelihara udara sungguh sangat diperlukan. Ada begitu banyak cara untuk memelihara kualitas udara. Seperti menanam banyak pohon, menjaga lingkungan sekitar dari sampah, serta menghindari penggunaan plastik, dan bisa juga dengan menggunakan kendaraan listrik. Menurut Wakil Presiden Jusuf Kalla, salah satu penyebab tingginya polusi udara di Jakarta adalah jumlah kendaraan bermotor yang semakin banyak. Akibatnya, emisi dari kendaraan bermotor tersebut memenuhi ruang udara Jakarta. Oleh karena itu, diperlukan adanya mobil listrik yang bisa menjadi solusi untuk mengurangi polusi udara di Jakarta (Rakhmat Nur, 2019).

Indonesia resmi memasuki era kendaraan ramah lingkungan. Pemerintah telah menerbitkan Perpres No. 55/2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) Untuk Transportasi Jalan (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2019). Hal tersebut diimplementasikan oleh Bluebird dengan mengeluarkan transportasi umum pertama yang menggunakan mobil listrik di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan jasa transportasi terbesar yang telah melayani masyarakat Indonesia lebih dari 46 tahun, Bluebird selalu menghadirkan inovasi dan terobosan baru dalam masing-masing layanan dan produknya. Hasil dapat menjadi penyelenggara angkutan taksi terdepan di Indonesia. Inovasi kendaraan listrik dilakukan Bluebird tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan bagi pelanggan, tetapi menjadi bagian dari visi misi dan komitmen perusahaan dalam mendukung pelestarian lingkungan, khususnya peningkatan kualitas udara di Jakarta. Visi misi Bluebird sendiri adalah mengedepankan kualitas untuk memastikan kesejahteraan berkelanjutan bagi para *stakeholder* dengan menggunakan energi yang lebih efisien sehingga mampu memberikan dampak positif untuk kualitas hidup khususnya terhadap lingkungan dalam menjaga lingkungan hidup (Bluebirdgroup, 2019).

Dalam upaya meminimalkan pencemaran udara yang ditimbulkan dari aktivitas transportasi publik setiap harinya. Bluebird bertekad #BirukanLangitJakarta dengan membuat program khusus yaitu program *One Ride One Seed* dengan menggandeng *World Wide Fund for Nature* (WWF) dan Jagha Bumi. Program ini menggunakan mobil bertenaga listrik layanan e-Bluebird dan e-Silverbird, BYD dan Tesla Model X 75D yang diselenggarakan mulai 1 Agustus 2019 hingga 31 Oktober 2019. Dalam program tersebut, Bluebird mengajak masyarakat untuk berkontribusi membantu mengurangi polusi udara, membantu menjaga kelestarian lingkungan dan kesinambungan air bersih bagi masyarakat Jakarta. Mekanisme bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam program *One Ride One Seed* adalah dapat langsung memesan mobil listrik di Terminal 3 Soekarno Hatta, atau bisa memesan pelayanan gratis lewat situs resmi www.bluebirdgroup.com/onerideoneseed dan mendaftarkan rencana perjalanan.

Ketika sampai ke tujuan, penumpang akan membayar tambahan argo senilai Rp 100.000, sebagai donasi melalui WWF-Indonesia untuk penanaman satu pohon di Hulu DAS Ciliwung yang akan ditanam dan dirawat selama dua tahun.



Gambar 1. 2 Cara Mengikuti Program *One Ride One Seed*

Sumber : Bluebirdgroup.com

Untuk mensosialisasikan dan mempromosikan Program *One Ride One Seed*, Bluebird Group memanfaatkan penggunaan media sosial instagram sebagai media kampanyenya. Jumlah pengikut akun instagramnya adalah sebanyak 92.581 *followers* per tanggal 25 september 2019. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang populer dan paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia dengan presentase sebanyak 80 persen dari pengguna aktif media sosial di Indonesia (Datareportal, 2019). Akun instagram @Bluebirdgroup melakukan berbagai cara untuk menarik perhatian *followers*, salah satunya yaitu melalui *unggahannya* berupa video, gambar dan *caption* yang dikemas dengan menggunakan pesan persuasif untuk mengajak khalayak mengikuti Program *One Ride One Seed*. Dalam melakukan pesan persuasif terdapat enam prinsip strategi pesan persuasif untuk memandu pengambilan keputusan khalayak yang terdiri dari strategi *Reciprocation, Commitment & Consistency, Social Proof, Liking, Authority, dan Scarcity* (Cialdini,2007). Penggunaan pesan yang persuasif pada unggahan @Bluebirdgroup akan memperoleh tanggapan atau *feedback* serta interaksi dari khalayak atau pengguna Instagram. Salah satu bentuk *feedback* dan interaksi yang bisa diberikan pengguna instagram ialah dengan memberikan *like*, pada setiap

unggahan yang berupa gambar atau video dan disertai dengan *caption* yang berarti pengguna menyukai unggahan tersebut. Memiliki jumlah *like* yang tinggi dapat membuat suatu unggahan akan masuk ke dalam instagram *explore tab* yang lebih dikenal dengan kolom pencarian atau kolom ‘popular’. Masuk ke dalam instagram *explore tab* merupakan salah satu cara terbaik dalam mempromosikan suatu produk.

Mengacu pada penjelasan di atas, alasan peneliti melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui strategi pesan persuasi apa saja yang digunakan oleh Bluebird group pada *unggahan* instagramnya dalam mempersuasi khalayak untuk mengikuti Program *One Ride One Seed*. Selain itu, peneliti juga ingin melihat apakah penggunaan pesan persuasif pada instagram @Bluebirdgroup terkait program *One Ride One Seed*, dapat mempengaruhi jumlah *like* pada suatu unggahan. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini ialah jumlah unggahan akun instagram @Bluebirdgroup terkait Program *One Ride One Seed* sebanyak 13 unggahan. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Pesan Persuasif Terhadap Tingkat Kesukaan Pesan Lingkungan Pada Program *One Ride One Seed* (Analisis Isi Unggahan Instagram @Bluebirdgroup)”**.

I.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh pesan persuasif terhadap tingkat kesukaan pesan lingkungan pada Program *One Ride One Seed*
2. Seberapa besar pengaruh pesan persuasif terhadap tingkat kesukaan pesan lingkungan pada Program *One Ride One Seed*

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pesan persuasif yang mempengaruhi tingkat kesukaan pesan lingkungan pada Program *One Ride One Seed*

2. Untuk mengetahui dan mengukur besaran pengaruh pesan persuasif terhadap tingkat kesukaan pesan lingkungan pada Program *One Ride One Seed*

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang ditimbulkan dari pesan persuasif terkait penggunaannya dalam media sosial instagram. Serta, diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam teori persuasif pada penerapan metode analisis isi eksplanatif. Dengan teknik yang digunakan yaitu untuk menganalisis isi mengenai hubungan sebab akibat pada konten-konten di media sosial instagram.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan masukan positif kepada Bluebird Group untuk dapat memaksimalkan penggunaan strategi pesan persuasif pada unggahan di media sosial instagram dalam upaya mengajak masyarakat untuk mengikuti program *One Ride One Seed*. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara tertulis mengenai strategi pesan persuasif dalam program kampanye perusahaan yang disosialisasikan melalui media sosial instagram. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada perusahaan atau lembaga lainnya mengenai strategi pesan persuasif yang efektif pada media sosial instagram dalam mempersuasi masyarakat.

I.5 Sistematis Penulisan

Dalam membuat penelitian ini, agar dapat dilihat secara terperinci, maka peneliti membuat sistematis penulisan, di antaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori dasar, definisi konsep, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang pendekatan penelitian, jenis dan sifat penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variable, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA