

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Masalah polusi udara menjadi salah satu masalah utama di perkotaan atau di ibu kota. Polusi udara sendiri dapat berasal dari asap kendaraan bermotor, asap pabrik, asap pembakaran, dan juga rokok. Dampak dari polusi udara sendiri tidak dapat dianggap remeh karena dapat menimbulkan berbagai penyakit pernapasan seperti sesak nafas, asma, batuk-batuk, dan jika sudah parah dapat menimbulkan infeksi saluran pernapasan (Saxena & Naik, 2018). Bahkan lebih buruk dari itu semua polusi udara yang berlebihan juga dapat menyebabkan kematian.

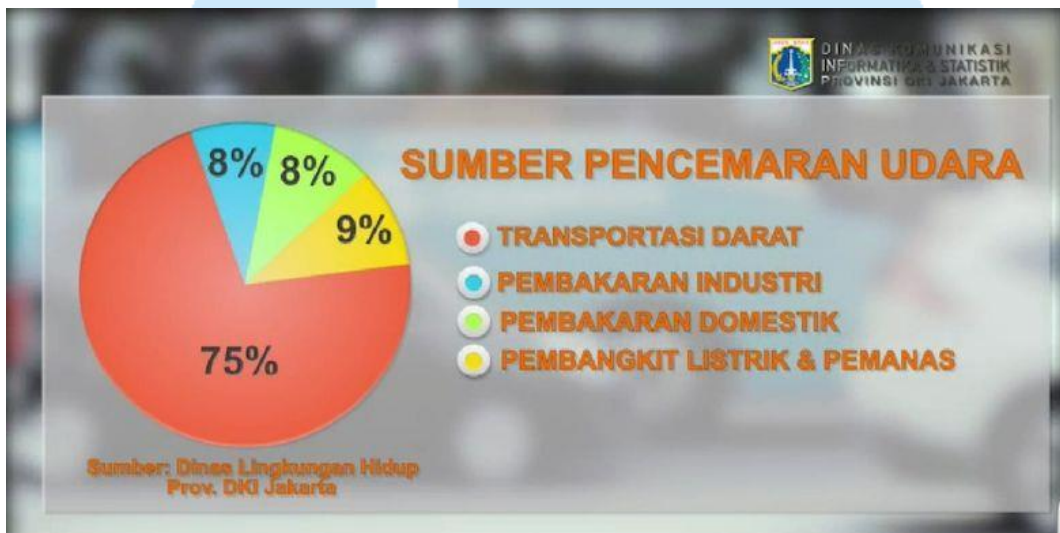


Gambar 1.1 Data Kematian Polusi Udara
Sumber : Databoks.co.id (2021)

Dilihat berdasarkan data dari gambar 1.1 menjelaskan bahwa kematian akibat polusi udara pada tahun 2021 di Asia Tenggara dan Pasifik Barat mencapai dua ribu orang, disusul Afrika seribu orang, Mediterania Timur lima ratus orang, dan Amerika dua ratus lima puluh orang. Selain dapat menyebabkan kematian serta masalah kesehatan. Polusi udara juga menyebabkan naiknya suhu pemanasan global hingga dua derajat (Parinduri, Yusmartato, & Parinduri, 2018). Dengan naiknya suhu pemanasan global, secara tidak langsung mendatangkan

kebakaran hutan, kabut asap, penyakit, naiknya permukaan air laut, meningkatnya suhu air laut, dan krisis air bersih (Al-amin, 2022).

Melihat dampak dari polusi udara sendiri, membuat Indonesia juga harus menekan polusi udara yang terjadi, khususnya di ibu kota Jakarta. Agar dapat mencegah dampak yang akan terjadi kedepannya.



Gambar 1.2 Sumber Pencemaran Udara
Sumber : Kompas.com (2016)

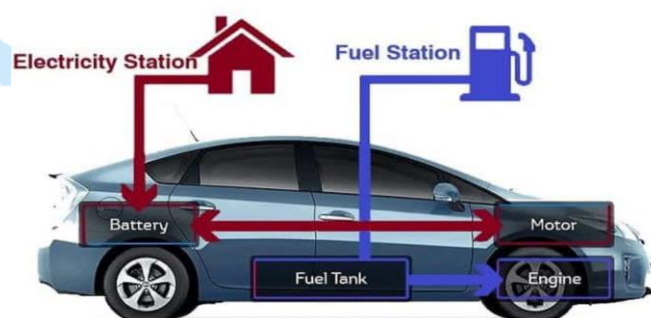
Berdasarkan data dari Kompas.com pada gambar 1.2 di atas memperlihatkan bahwa sumber pencemaran udara terbesar di ibu kota Jakarta berasal dari transportasi darat seperti motor dan mobil sebesar 75%, diikuti dengan pembangkit listrik dan pemanas sebesar 9%, pembakaran domestik seperti membakar sampah sebesar 8%, dan pembakaran industri seperti pabrik sebesar 8%. 75% transportasi darat tersebut baik mobil dan motor menggunakan bahan bakar minyak (BBM) berjenis bensin maupun solar.

Maka dari itu banyak industri yang berupaya untuk mengurangi polusi udara dengan menggunakan bahan atau produk yang ramah lingkungan. Seperti membuat pembangkit listrik tenaga air atau pembangkit listrik tenaga matahari. Hal ini juga dapat mengurangi polusi udara dibanding dengan menggunakan batu bara. Hal lain juga dapat terlihat dengan menggunakan bahan yang ramah lingkungan seperti membuat produk dari bahan daur ulang. Daur ulang ini juga dapat dipraktekkan di kehidupan kita sehari-hari dengan cara membuat sampah

berdasarkan kategorinya. Hal ini dapat membuat polusi udara berkurang dibanding dengan membakar sampah tersebut. Atau kita juga dapat memulainya dari hal kecil seperti menanam tumbuhan di sekitar pekarangan rumah agar polusi udara dapat lebih tersaring.

Seluruh usaha tersebut merupakan *representation* dari usaha untuk menjaga lingkungan agar menjadi lebih baik terkhusus pada masalah polusi udara. Representation sendiri memiliki arti sebagai sesuatu yang menyimbolkan suatu makna atau kegiatan, mencontohkannya, dan menempatkan. Hal ini dilakukan agar kita atau masyarakat mendapatkan gambaran atau imajinasi dalam pemikiran kita yang tadinya hanya dalam berupa kalimat atau tulisan (Alamsyih, 2020).

Dari industri otomotif pun tidak mau ketinggalan untuk membuat produk yang ramah lingkungan. Mengingat bahwa motor dan mobil merupakan penyumbang polusi udara terbesar di ibu kota, mencapai 75%. Salah satu caranya perusahaan otomotif mengembangkan teknologi *hybrid* yang berarti dalam kendaraan tersebut memiliki mesin bensin (Denton, 2020). Dan juga memiliki motor listrik yang dapat di *charge* dengan selagi mobil berjalan dengan menggunakan bahan bakar minyak (Nikowitz, 2016). Hal ini membuat pembuangan asap kendaraan bermotor dapat lebih dikurangi. Serta penggunaan bahan bakar pada mobil pun jauh lebih hemat karena dibantu dengan daya baterai (Sukandar, 2019). Contoh dari mekanisme mobil *Hybrid* sendiri dapat dilihat pada gambar 1.3 di bawah.

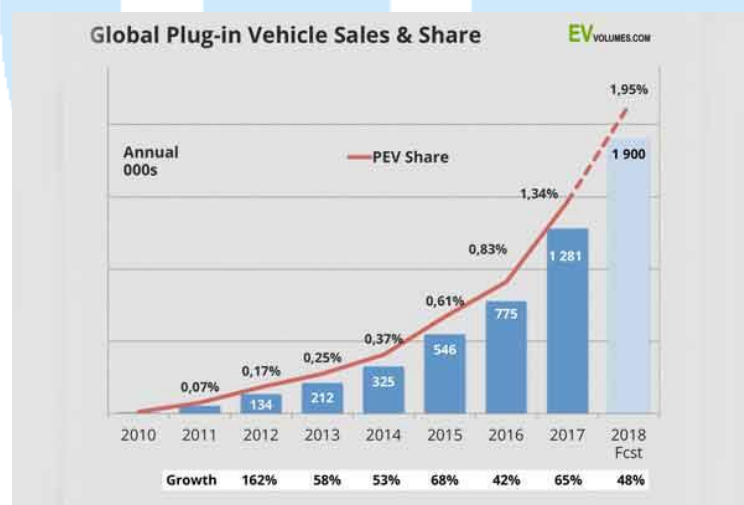


Gambar 1.3 Mekanisme Mobil Hybrid
Sumber : Wigatos.com (2019)

Tidak berhenti sampai di situ saja industri otomotif juga mengembangkan mobil listrik yang menjadi solusi untuk menekan polusi udara (Nanaki, 2021).

Karena mobil listrik sendiri sama sekali tidak mengeluarkan asap. Menurut Denton (2020, pp, 2) Hal ini dikarenakan mobil listrik sepenuhnya menggunakan baterai dalam menjalankan mobilnya sehingga tidak perlu mengkonsumsi BBM.

Mobil listrik sebenarnya sudah ada sejak 1885 di Hungaria, Belanda. Tetapi pada saat itu mobil listrik tidak populer, baru lah pada tahun 2006 mobil listrik mulai di kembangkan kembali dan di populerkan oleh produsen mobil Tesla. Hingga saat ini mobil listrik terus mengalami peningkatan dari tahun 2010 hingga tahun 2018.



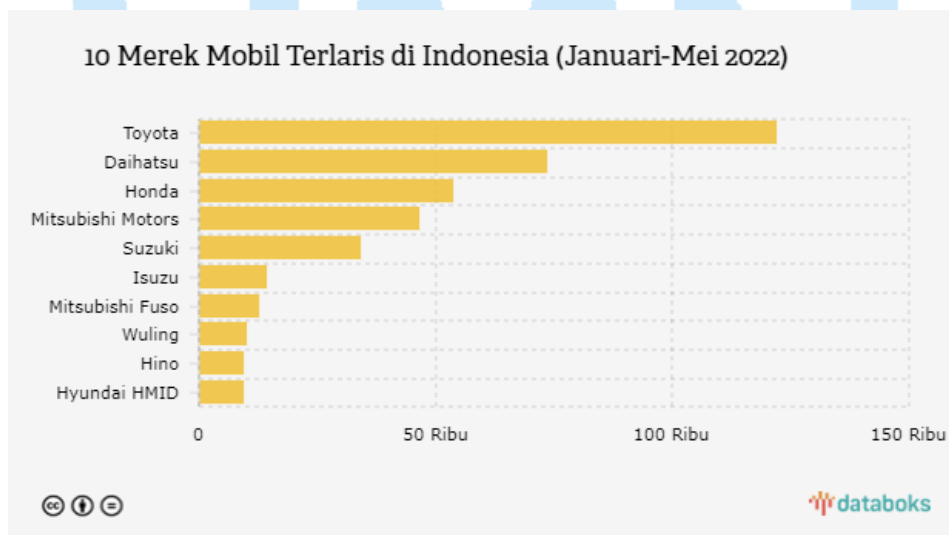
Gambar 1.4 Kepemilikan Mobil Listrik
Sumber : otomotif.bisnis.com (2018)

Berdasarkan data pada gambar 1.4 terlihat jelas memperlihatkan bahwa penjualan dan kepopuleran mobil listrik di dunia terus meningkat seiring berjalannya tahun. Mobil listrik juga sudah ada di Indonesia tepatnya pertama kali masuk pada tahun 2012. Tetapi di Indonesia sendiri peminat mobil listrik belumlah tinggi karena masih didominasi dengan kendaraan yang menggunakan bahan bakar konvensional seperti bensin dan solar.



Gambar 1.5 Penjualan Mobil Di Indonesia
Sumber : berkendara (2022)

Dari gambar 1.5 di atas memperlihatkan penjualan berbagai jenis mobil di Indonesia. Tetapi penjualan mobil tersebut sepenuhnya didominasi oleh kendaraan konvensional yang menggunakan bahan bakar minyak berjenis bensin dan diesel. Sedangkan penjualan mobil listrik hanya seperkecilnya saja yaitu hanya terjual 90 unit saja yaitu Hyundai IONIQ5. Data ini diambil pada tahun 2022 bulan Juni.



Gambar 1.6 Brand Mobil Terlaris Di Indonesia
Sumber : databoks (2022)

Didukung dengan data pada gambar 1.6 di atas yang diambil dari databoks, memperlihatkan bahwa tiga brand otomotif terlaris di Indonesia pada kuartel pertama tahun 2022 (bulan Januari-Mei). Pertama dipegang oleh Toyota dengan penjualan 122.170 unit, disusul Daihatsu dengan penjualan 73.418 unit, dan Honda dengan penjualan 53.528 unit. Dari ketiga brand mobil terlaris tersebut semua kendaraannya masih menggunakan bahan bakar minyak, baik bensin maupun solar. Data pada gambar 1.5 dan 1.6 membuktikan bahwa peminat beli mobil listrik di Indonesia masih sangat rendah.

Harga mobil listrik memang tidak bisa dikatakan murah, di seluruh negara pun dapat dikatakan harga mobil listrik masih termasuk tinggi. Menurut Johnson & Williams (2017, pp, 23-31) Sehingga tidak semua orang dapat memilikinya maka potongan harga atau dukungan pemerintah sangat dibutuhkan. Untuk mobil listrik IONIQ5 saja yang merupakan buatan dan perakitan di Indonesia berkisar antara 748 juta rupiah untuk tipe terendah dan 859 juta untuk tipe tertinggi, seluruh harga tersebut sudah on the road (Parwata, 2022). Di Indonesia juga bantuan pemerintah terhadap mobil listrik masih sangat minim, bantuan yang diberikan hanya berupa pajak mobil listrik yang jauh lebih murah dibanding dengan mobil mobil berbahan bakar konvensional. Sebagai perbandingan kita dapat melihat dari mobil *Low Class Green Car* (LCGC) yang harganya tidak lebih dari 150 juta rupiah memilih pajak sebesar Rp 1.080.000 – Rp 2.640.000 (Aqiel, 2022). Harga ini termasuk tinggi jika dibandingkan dengan mobil listrik yang memiliki harga lebih dari 700 juta rupiah hanya memiliki pajak sebesar Rp 1.134.000 (Putra & Irsyaad, 2022).

Selain dari aspek pajak mobil listrik, sebenarnya sekarang pemerintah Indonesia sedang mengusahakan menekan harga mobil listrik dengan cara bekerja sama dengan perusahaan asing. Hal ini dapat dilakukan karena Indonesia memiliki cadangan nikel terbesar di dunia, nikel ini merupakan bahan baku pembuatan baterai kendaraan listrik (Agung, Kristanto, & Damardono, 2022). Pada September 2021 kemaren presiden Joko Widodo telah melakukan peresmian pabrik pembuatan baterai yang berlokasi di Karawang, Jawa Barat. Pabrik baterai ini bernama PT HKML Battery Indonesian, PT HKML ini terdiri dari beberapa anak

perusahaan seperti LG, Hyundai, Kia, dan PT Industri Baterai Indonesia (Agung, Kristanto, & Damardono, 2022). Peresmian PT HKML ini dapat terjadi akibat kerjasama dari Hyundai Motor dan LG Chem yang melakukan investasi ke Indonesia. Kerjasama ini dilakukan untuk dapat mengembangkan pabrik komponen baterai listrik. Hasil dari kerja ini lah yang nantinya akan membuat harga mobil listrik di Indonesia dapat lebih ditekan karena Indonesia sudah dapat memproduksi baterai mobil listrik sendiri tanpa harus melakukan import.

Pemerintah sudah turun tangan dalam memberikan bantuan kepada mobil listrik agar dapat menekan harga dengan memberikan pajak yang murah dan untuk kedepannya dapat memproduksi baterai mobil listrik sendiri. Meskipun mungkin kedepannya harga mobil listrik dapat lebih murah, tetapi tidak dapat kita pungkiri bahwa harga mobil listrik saat ini masih tinggi. Untuk mobil listrik IONIQ5 saja yang merupakan buatan dan perakitan di Indonesia alias *Completely Knocked Down* (CKD) harganya berkisar antara 748 juta rupiah untuk tipe terendah dan 859 juta untuk tipe tertinggi. Harga lengkapnya bisa lihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Pricelist Hyundai IONIQ5

IONIQ5 Prime Type	
IONIQ5 Prime Standard Range	Rp 748.000.000
IONIQ5 Prime Long Range	Rp 789.000.000
IONIQ5 Signature Type	
IONIQ5 Signature Standard Range	Rp 809.000.000
IONIQ5 Signature Long Range	Rp 859.000.000

Sumber : hyundaimobil.co.id (2022)

Seluruh harga tersebut sudah *on the road* (Parwata, 2022). Tetapi masih banyak mobil yang lebih mahal dari segi harga dan pajaknya dibanding mobil listrik tetapi penjualannya malah jauh lebih tinggi. Seperti mobil Alphard dan Vellfire yang dikutip dari oto.com harganya berkisar antara Rp 1.173.300.000 - Rp 1.605.600.000.

IONIQ5 sendiri sebenarnya termasuk dalam kategori jenis mobil *compact crossover Sport Utility Vehicle* (SUV). Yang berarti IONIQ5 sebenarnya secara

langsung *head to head* dengan Mazda CX-9 dan Peugeot 5008, jika dibandingkan dengan kategori sejenis. Tetapi jika kita komparasikan dengan harga yang sejenis IONIQ5 dapat dibandingkan dengan Toyota Camry, Honda Accord, Mazda CX-5 Elite, Mitsubishi Pajero Sport Dakar Ultimate 4x4, dan Toyota Fortuner GR 4x4.

Terdapat pertimbangan bagi masyarakat di Indonesia dalam membeli mobil listrik seperti, masih sulit atau jarang kita menemukan stasiun pengisian kendaraan listrik umum (SPKLU). Tidak seperti kendaraan konvensional yang dapat kita jumpai dengan mudah tempat pengisian BBM. Hingga Juli 2022 SPKLU di Indonesia hanya terdapat 369 unit yang tersebar di 295 lokasi (Mewangi, Werdiono, & Perdana, 2022). Dengan sedikitnya SPKLU yang ada membuat nantinya sulit bagi mobil listrik untuk mengisi tenaganya jika habis di tengah perjalanan. Akan tetapi menurut kementerian energy dan sumber daya mineral (ESDM) nantinya pada tahun 2030 bersama PT PLN di targetkan jumlah SPKLU di Indonesia akan mencapai 60.000 unit (Mewangi, Werdiono, & Perdana, 2022).

Terlepas juga dari SPKLU yang masih ada alasan lain masyarakat mempertimbangkan mobil listrik dikarenakan waktu pengisian yang terbilang lambat. Dilansir dari Kompas.id (Fitrianto, 2020) Tidak seperti pada mobil konvensional yang menggunakan bensin atau solar dalam pengisian bahan bakarnya dari *empty* hingga *full* hanya memakan waktu kurang dari 5 menit (Fitrianto, 2020). Mobil listrik saat ini tidak mungkin bisa karena pada dasarnya sendiri *Standard* nya mobil listrik memerlukan waktu pengisian daya dari *empty* hingga *full* selama 19 – 31 jam. Waktu pengisian daya mobil listrik IONIQ5 dapat dilihat pada tabel 1.3 di bawah ini.

Tabel 1.2 Waktu Pengisian Daya IONIQ5

Kapasitas	Waktu Pengisian Baterai	
	Tipe Standard	Tipe Long Range
Charger Portabel	19 Jam	31 Jam
Public Charger	4 Jam 59 Menit	6 Jam 6 Menit
50KW Charger Station	45 Menit 45 Detik	56 Menit 30 Detik

350KW Charger Station	17 Menit 16 Detik	17 Menit 16 Detik
-----------------------	-------------------	-------------------

Sumber : hyundaimobil.co.id (2022)

Lama waktu inilah yang menjadikan mobil listrik kurang efisien bagi masyarakat Indonesia (Fitrianto, 2020). Di Indonesia hanya terdapat SPKLU dengan daya paling tinggi sebesar 80 KW yang dikatakan dapat mengisi daya hanya sekitar 30 menit. Tetapi opsi ini pun masih sulit di jadikan pilihan mengingat sangat sedikit SPKLU yang memumpuni. Dilansir dari oto.detik.com (Damayanti, 2022) Meskipun demikian Presiden Joko Widodo dan kepala PT PLN mengatakan akan melakukan investasi sebesar Rp 72.84 Miliar untuk membangun SPKLU 200 KW dan menambahkan SPKLU *fast charging*.

Masih dari soal permasalahan mengenai baterai yang membuat masyarakat mempertimbangkan mobil listrik. Dilansir dari Kompas.id (Fitrianto, 2020) masyarakat mengkhawatirkan nantinya penggunaan baterai pada mobil listrik akan boros dan kurang bertenaga jika baterai mobil listrik sudah mulai lemah atau sudah mau habis. Hal ini pula juga lah yang akhirnya menimbulkan kebingungan pada masyarakat, apakah lampu pada mobil listrik cukup untuk menerangi gelapnya malam. Dilansir dari Kompas.id (Fitrianto, 2020) Mengingat seluruh komponen pada mobil listrik dijalankan oleh baterai motor listrik, sehingga di takutkan jika baterainya sudah mau habis akan mempengaruhi daya listrik pada mobil yang akhirnya juga dapat mempengaruhi penerangan pada lampu mobil. Sebenarnya dalam masalah boros sendiri Hyundai Indonesia mengklaim bahwa mobil IONIQ5 mampu menempuh jarak 384km untuk tipe *standard* dan 481 km untuk tipe *long range*. Tetapi sekali lagi itu masih di atas kertas sehingga masyarakat masih meragukannya.

Dilansir dari Kompas.id (Mewangi, Werdiono,& Perdana, 2022) yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat Indonesia dalam membeli mobil listrik juga terdapat pada kecemasan akan perawatannya dan baterainya. Perawatan yang dimaksud seperti *maintenance* apakah akan sulit, rumit,dan mahal. Lalu pada baterainya apakah tahan lama atau rentan terjadi kerusakan dan bagaimana jika baterai pada mobil listrik terkena air. Dalam hal ini sebenarnya Hyundai Indonesia sudah memberikan penjelasan bahwa baterai pada mobil IONIQ5 sendiri sudah

tahan air dan sudah teruji mampu terendam air setinggi 1 meter selama 30 menit. Akan tetapi mengingat mobil IONIQ5 masih sangat baru maka masih banyak masyarakat yang pastinya meragukannya. Ditambah dengan adanya kasus rusaknya baterai IONIQ5 yang terjadi pada tahun 2022 lalu. Kasus ini dibagikan oleh Ashram Shahrivar yang merupakan salah satu pemilik mobil IONIQ5, Ashram menceritakan bahwa mobilnya mendadak mogok padahal baterainya masih 80% tetapi tiba-tiba bisa langsung drop ke 0% padahal mobilnya masih sangat baru. Dilansir dari oto.detik.com (Rahadiansyah, 2022) Dalam kasus ini Hyundai tidak tinggal diam dan melakukan klarifikasi bahwa hal seperti memang dapat terjadi mengingat ini merupakan mobil produksi massal.

Terakhir yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk melakukan pembelian mobil listrik terdapat pada teknologi keamanan pada mobil listrik. Dalam membeli mobil kita pastinya juga memikirkan teknologi serta fitur keamanannya. Terlebih mobil listrik bukanlah mobil yang terjangkau, maka wajar jika teknologi keamanannya juga harus di pertimbangkan. Menurut kompas.id teknologi keamanan yang dicari oleh masyarakat meliputi *airbag*, sensor, kamera 360, *auto brake system*, dan *blind spot monitor*. Dilansir dari Kompas.id (Fitrianto, 2020) Mudahnya biasanya seluruh fitur ini terdapat pada kendaraan yang sudah memiliki *adaptive cruise control*. Ini cukup menjadi kekhawatiran pada masyarakat, apakah IONIQ5 sudah memiliki teknologi ini. Mengingat mobil listrik Hyundai sebelumnya seperti kona belum memiliki teknologi ini.

Kembali lagi semua pertimbangan tersebut dapat terjadi karena Hyundai IONIQ5 masih sangat baru. Hyundai IONIQ5 sendiri saja baru pertama kali muncul dan dibuat di Indonesia tepatnya di Cikarang, Bekasi Jawa Barat dan baru diperkenalkan pertama kali sejak tahun 2022 di Indonesia International Motor Show (IIMS) *Hybrid*. Dikarena IONIQ5 merupakan CKD alias buatan Indonesia atau benar-benar dibuat di Indonesia Hyundai Motor Co dalam melakukan perkenal mobil ini pada IIMS *Hybrid* menyerukan “inilah mobil listrik pertama yang sepenuhnya dibuat di Indonesia. Rasakan pengalaman baru dengan IONIQ5”. Pabrik Hyundai IONIQ5 yang berada di Cikarang dapat dilihat pada gambar 1.7 di bawah ini.

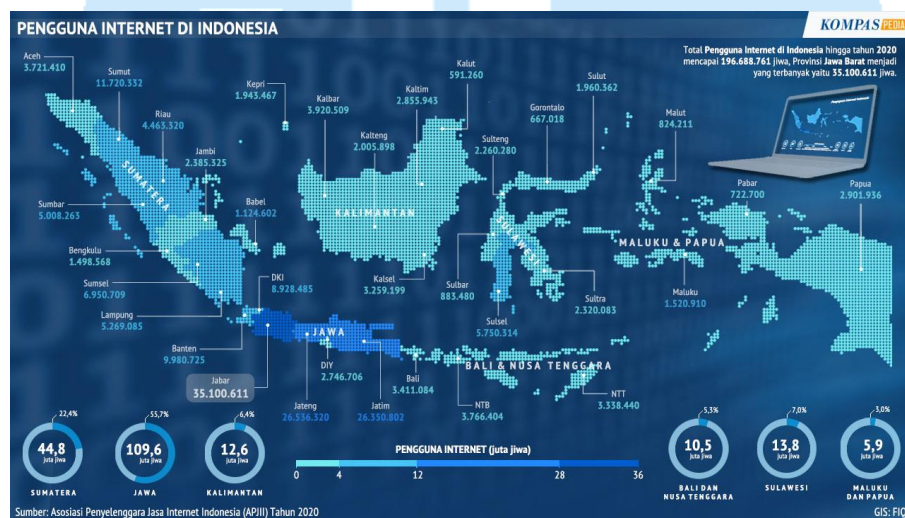


Gambar 1.7 Pabrik Hyundai IONIQ5 Cikarang
Sumber : Otomotifnet.com (2022)

Dikarena Hyundai IONIQ5 masih sangat baru maka dapat dikatakan wajar penjualannya masih sangat sedikit. Karena masyarakat masih belum mengetahui mobil listrik secara pasti dan masih mempunyai banyak kekhawatiran atau pertimbangan. Kurangnya pengetahuan dan kekhawatiran masyarakat ini dikarena Hyundai IONIQ5 masih kurang dalam mengiklankan serta menginfokan produknya. Padahal penting untuk melakukan pengenalan produk terlebih dahulu kepada masyarakat agar masyarakat lebih mengenal produk tersebut dan mengetahui keunggulannya. Setelah masyarakat mengenal suatu produk barulah masyarakat bisa memiliki minat untuk melakukan pembelian, karena orang akan lebih tertarik membeli produk setelah mereka mengetahui keunggulan dan mengenal produk tersebut (Joram, Franklin, & Susilo, 2016).

Advertising bisa dilakukan melalui berbagai cara seperti melalui social media atau televisi. Tetapi untuk mengenalkan suatu produk baru agar lebih dikenal oleh masyarakat luas akan lebih efektif jika menggunakan media televisi. Menurut Nielsen saat ini pengguna televisi di Indonesia mengalami kenaikan dari 52 juta penonton menjadi 89 juta penonton (Janita, 2022). Menurut data databoks.com, kenaikan jumlah penonton televisi ini dapat terjadi karena masyarakat Indonesia masih menjadikan televisi sebagai salah satu media paling digemari, hal ini dikarenakan sinyal atau Internet yang masih terbilang jelek atau kurang merata di Indonesia sehingga membuat eksistensi televisi masih tinggi

dikalangan masyarakat Indonesia. Data penyebaran Internet yang kurang merata di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.7 di bawah. Data tersebut merupakan tahun 2020, terlihat bahwa penggunaan Internet terlalu dominan pada bagian Jawa saja. Pada bagian Maluku, Papua, dan Kalimantan masih terbilang sangat minim atau penggunaan hanya sedikit. Dari data ini maka wajar saja jika masyarakat Indonesia masih banyak yang menggunakan media televisi sebagai salah satu media yang digemari.



Gambar 1.8 Penyebaran Internet
Sumber : Kompas.pedia (2020)

Menurut hasil penelitian dari (Khusnaeni, N.L & Sunarti, E.Y) keputusan seseorang dalam membeli mobil terpengaruh akibat iklan. Pengaruh minat beli masyarakat terhadap iklan mobil mencapai 67.3%. Selebihnya dipengaruhi oleh jingle sebesar 22.3%, dan faktor tidak terduga lainnya sebesar 10.4%. Hal ini mengartikan bahwa iklan dalam menentukan pembelian mobil seseorang sangat efisien atau efektif.

Hyundai IONIQ5 sendiri masih sangat kurang dalam melakukan *advertising* di berbagai media bahkan di televisi pun iklan mobil listrik ini masih jarang sekali ditemui. Sehingga eksposur dari iklannya pun masih belum dikenal oleh masyarakat Indonesia. Eksposur menurut teori *advertising*, memiliki makna pengaruh antara iklan dengan masyarakat atau konsumen dalam suatu produk yang nantinya akan menaikkan *awareness* dari konsumen (Febrida & Oktavianti, 2020). Dengan kurangnya eksposur masyarakat terhadap mobil listrik maka

membuat masyarakat tidak memiliki pengetahuan terhadap mobil Hyundai IONIQ5 yang akhirnya membuat masyarakat ragu untuk membeli mobil listrik IONIQ5. Karena kembali kepada dasarnya sendiri bahwa mobil listrik di Indonesia masih sangat baru dan asing bagi masyarakat di Indonesia mengingat Hyundai IONIQ5 saja baru masuk pada tahun 2022.

Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian terhadap teknologi mobil listrik Hyundai IONIQ5 pada iklan mobil Hyundai “*Power Up the Future with Hyundai IONIQ5*”. Agar membuat masyarakat lebih mendalami dan mengetahui mobil listrik Hyundai IONIQ5.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, rumusan masalah dalam penelitian ini secara detail melihat permasalahan di masyarakat. Yang masih memiliki kekhawatiran dalam melakukan pembelian terhadap EV. Padahal EV sendiri bisa menjadi solusi untuk pencemaran polusi udara yang setiap tahunnya meningkat. Kekhawatiran ini dapat timbul di masyarakat dikarenakan EV sendiri yang masih sangat baru di Indonesia dan minimnya pengenalan produk dari EV. Sehingga akhirnya timbul kekhawatiran dalam membeli mobil EV. Oleh karena itu, kajian penelitian ini akan melihat dan memahami lebih dalam mengenai representasi pesan iklan. Yang terdapat dalam iklan youtube Hyundai IONIQ5 berjudul “*Power Up the Future with Hyundai IONIQ5*”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Keberadaan mobil listrik dan teknologinya di Indonesia masih sangat kurang diketahui oleh masyarakat Indonesia sendiri. Sehingga membuat minat pembelian mobil listrik di Indonesia masih sangat kurang. Tetapi sebenarnya mobil listrik memiliki pengaruh baik terhadap terciptanya pengurangan polusi udara serta memiliki banyak *benefit* dalam penggunaannya. Maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah,

1. Apa saja tanda yang menjawab atau merepresentasikan kekhawatiran masyarakat pada EV dalam iklan Hyundai IONIQ5 mengenai EV.

2. Apa saja informasi dan makna yang terkandung dalam pesan iklan Hyundai IONIQ5 mengenai EV.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis dengan tujuan sebagai berikut :

1. Menjelaskan simbol dan tanda yang merepresentasikan kekhawatiran masyarakat pada EV.
2. Menemukan seluruh simbol dan tanda yang ada dalam iklan EV Hyundai IONIQ5.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Sosial

Diharapkan melalui penelitian ini masyarakat Indonesia memiliki pengetahuan mengenai EV dan memiliki kesadaran lebih bahwa EV. Kedepannya bisa menjadi solusi pada permasalahan polusi udara.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan agar dengan adanya penelitian ini dapat membantu pihak pengiklan atau pembuat iklan mobil listrik untuk mendapatkan pertimbangan dan gambaran untuk menginfokan teknologinya serta keunggulannya dalam iklannya agar lebih dimengerti masyarakat Indonesia.

1.5.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dalam bidang mobil listrik dan otomotif. Serta dapat menambah referensi di bidang otomotif.

1.6 Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian “Mendalami Iklan Mobil Listrik Hyundai IONIQ5 Untuk Masyarakat Mengenal Teknologi Mobil Listrik” ini penulis memiliki beberapa batasan, seperti:

- Penelitian ini hanya berfokus pada mobil listrik saja.

- Brand mobil listrik yang digunakan dalam penelitian hanya Hyundai IONIQ5
- Penelitian hanya akan meneliti mobil listrik dari iklan Hyundai IONIQ5 “*Power Up the Future* with Hyundai IONIQ5” saja.

