



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Perancangan sosialisasi ini bertujuan untuk memperkaya pengetahuan para pengendara mobil mengenai *eco driving* berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Data didapatkan dari Rifat Drive Labs (RDL), yang mengatakan masih kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai cara berkendara hemat bahan bakar dalam penggunaan kendaraan sehari-hari. Data menunjukkan bahwa 80% masyarakat pengemudi mobil tidak melakukannya dengan maksimal. Angka tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah mengenai cara mengemudikan kendaraan. Cara orang dalam mengemudikan kendaraan berbeda-beda tergantung pada sifat alami manusia itu sendiri. Kondisi lingkungan juga dapat mempengaruhi mengingat jalanan di ibu kota yang sangat beragam, seperti jalan berlubang, jalan bergelombang, jalan yang sempit, banjir, hingga macet.

Dalam proses mengumpulkan data untuk perancangan, penulis menggunakan empat metode pengumpulan yaitu survei yang disebarluaskan secara online untuk mengetahui kebiasaan pengemudi mobil di Jabodetabek, observasi lapangan guna memahami secara langsung keadaan yang terjadi, melakukan *focus grup discussion* bersama beberapa pengendara mobil, dan wawancara dengan ahli berkendara dari RDL. Rentang waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret hingga April. Pengumpulan data bertujuan untuk memperkuat konten perancangan yang berdasarkan kepada kejadian yang sebenarnya.

3.2. Pandangan Masyarakat Tentang Eco Driving

Demi mengetahui lebih lanjut mengenai masalah yang terjadi di kalangan masyarakat, penulis menggunakan beberapa responden yang dikumpulkan untuk berdiskusi mengenai eco driving. *Focus group discussion* ini diadakan pada tanggal 10 April 2016 yang membahas mengenai pandangan mereka mengenai eco driving. Penulis berperan sebagai moderator dan tidak ikut berdiskusi agar data yang diperoleh tidak diarahkan dan benar-benar keadaan sebenarnya.

Awalnya para responden menjabarkan apa pandangan mereka tentang eco driving secara singkat dan responden yang lain bertugas untuk menanggapi, dan begitu seterusnya. Pada diskusi ini, mereka menyatakan bahwa mereka tidak membiasakan diri untuk mengemudi hemat bahan bakar, melainkan kehematan itu dilakukan secara tidak langsung karena mereka adalah tipikal pribadi yang tidak suka terburu-buru. Pengetahuan mereka tentang eco driving hanya sebatas tidak berkendara kencang dan agresif di jalanan, mereka tidak mengetahui jika ada hal lain yang dapat membantu efisiensi.

Menurut mereka, penerapan eco driving dalam keseharian dapat membantu untuk menurunkan biaya pengeluaran bahan bakar. Efek lainnya selain dari sisi finansial adalah dapat mengurangi polusi udara, karena mereka mengetahui kandungan gas yang ada di knalpot mobil itu berbahaya sehingga jika mobil dikendarai dengan pelan maka knalpot pun akan mengeluarkan gas buang yang lebih sedikit. Hasil dari *focus group discussion* ini menghasilkan poin penting bahwa masih banyak masyarakat diluar sana yang tidak mengetahui apa itu eco driving dan bagaimana cara melakukan efisiensi bahan bakar yang benar,

namun mereka sadar akan efek yang dapat terjadi jika mereka menerapkan *eco driving* dalam keseharian mereka.

3.3. Wawancara dengan Rifat Drive Labs

Jenis data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan sumber adalah data kualitatif. Wawancara dilakukan pada bulan Maret kepada salah satu lembaga swasta di daerah Jakarta. Penulis melakukan sesi wawancara dengan Nugroho Respati mengenai *eco driving*. Nugroho Respati merupakan juara pada ajang *slalom* Indonesia di tahun 1997. Saat ini, Nugroho menjabat sebagai *Chief Light Vehicle* di Rifat Drive Labs (RDL), Jakarta Selatan. RDL merupakan lembaga konsultan keselamatan berkendara swasta milik Rifat Sungkar. Data yang dipaparkan oleh Nugroho berasal dari pengalaman pribadi dan sudah teruji kepada klien di RDL. Nugroho Respati merupakan orang yang *concern* dibidang otomotif khususnya *eco driving*, hal ini dibuktikan dengan tips cara berkendara hemat bbm yang spesifik dari Nugroho. Data yang didapat dari Nugroho sangat berguna bagi penulis guna memperkuat materi konten pada perancangan.



Gambar 3.1. Wawancara RDL

Sesi wawancara dilakukan pada siang hari bersama salah satu perwakilan dari RDL yaitu Nugroho Respati. Nugroho mengungkapkan bahwa di RDL itu sendiri memiliki program pelatihan berkendara khusus yaitu *safety driving* dan *defensive driving*. Pelatihan dilakukan hampir pada semua jenis kendaraan seperti *motorcycle, light vehicle, heavy vehicle, forklift, dan pro driving*. *Eco driving* merupakan salah satu bagian yang diajarkan dalam pelatihan tersebut, karena bagi masyarakat yang sudah berkendara secara *defensive driving* pasti secara tidak langsung sudah berkendara secara *eco driving*, namun tidak berlaku sebaliknya.

Menurut Nugroho, *eco driving* adalah gaya mengemudi secara ekonomis karena tujuan utamanya adalah menghemat bbm dan ramah lingkungan. Disebut ramah lingkungan karena jika kita mengemudi secara ekonomis maka putaran mesin akan lebih banyak bermain dibawah sehingga polusi yang dikeluarkan oleh knalpot yaitu gas co dan co2 yang dikeluarkan oleh knalpot dapat diminimalisir.

Gaya berkendara hemat bahan bakar tidak hanya dipengaruhi oleh cara berkendara dan kemampuan berkendara tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi jalan, kondisi lalu lintas, cuaca, dan teknologi kendaraan itu sendiri. Nyatanya kondisi lingkungan tidak dapat berubah dengan mudah tetapi pengemudi dapat menyiasatinya dengan melakukan penyesuaian dengan teknik *eco driving*. Sekarang ini hampir semua mobil keluaran terbaru sudah dilengkapi dengan fitur *eco driving*, ada yang berupa saklar on/off tetapi ada juga yang hanya berupa lampu indikator. Bantuan yang terdapat di mobil tersebut sebenarnya sudah cukup membantu bagi orang awam, tapi tidak akan maksimal jika tidak diimbangi dengan pengetahuan mengemudi yang mumpuni.

Negara maju seperti Eropa sudah melakukan penerapan *eco driving* dan jika dilakukan dengan benar maka pengemudi berpotensi mendapatkan penghematan hingga 20%. Nugroho mencontohkan pengalaman dirinya berkendara secara *eco driving*, yaitu berkendara dari Jakarta ke Solo yang hanya membutuhkan 26 liter untuk menempuh jarak sejauh 600 kilometer. Kenyataannya banyak pengemudi ketika melakukan perjalanan sejauh itu membutuhkan asupan bensin dua hingga tiga kali lipat dari yang dilakukannya.

Jika kita mengemudi diputaran yang rendah maka tingkat gesekan yang terjadi pada mesin, ban, dan lainnya akan berkurang sehingga tidak cepat habis dan akan memperpanjang umur kendaraan. Gerakan mobil tidak hanya akselerasi saja, namun juga deselerasi atau gerak memperlambat kendaraan. Cara berdeselerasi yang baik dapat dilakukan dengan cara melakukan *engine break* terlebih dahulu dan disarankan untuk tidak menginjak rem secara mendadak. Mobil masa kini sudah menggunakan mesin injeksi sehingga jika kita melepas pedal gas maka aliran bensin sudah otomatis langsung terputus, maka jika ingin berhenti lebih baik jika kita melepas gas dari jauh agar lebih efisien.

Salah satu kegunaan dari berkendara hemat bahan bakar adalah untuk mengurangi resiko kecelakaan. Prinsipnya melihat jauh kedepan, agar mudah memprediksi kemungkinan yang akan terjadi didepan kita. Saat berkendara, pengemudi wajib mengatur kecepatan untuk menjaga jarak dengan kendaraan lain dan memanfaatkan momentum, contohnya saat melepas gas pada kecepatan tinggi dan mobil masih tetap melaju maka jangan menginjak gas jika tidak perlu. Mengemudi adalah kegiatan *full time job* sehingga pengemudi harus benar benar

berkonsentrasi dalam mengemudi dan tidak boleh ada gangguan agar selalu sigap setiap saat.

RDL menerapkan jarak aman 3 detik dalam mengemudi. Reaction time dari mata hingga mengambil keputusan adalah 1 detik. dan ketika rem mobil diinjak, proses kaki menginjak hingga rem mencengkram roda membutuhkan waktu 1 detik. Sedangkan untuk berdeselerasi sendiri masih membutuhkan jarak dan waktu. Jika kita berkendara 100km/h, sama dengan 30m/s. Perpindahan mobil saat melaju adalah 30 meter per detik. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jarak aman dengan kendaraan didepan adalah 90 meter.

Hal terpenting agar mobil melaju dengan cepat namun hemat adalah perpindahan transmisi. Perpindahan harus terjadi saat kisaran rpm 2.000 kepada gigi yang lebih tinggi dan untuk pengguna mobil transmisi otomatis juga memiliki aturan yang sama. Mobil dengan torsi yang mudah diraih pada putaran rpm yang kecil maka akan lebih hemat.

Dalam mengantisipasi keadaan lalu lintas, kita harus merencanakan rute perjalanan sebaik mungkin. Saat ini sudah tersedia aplikasi pembantu seperti google maps, waze dan lainnya yang berfungsi untuk memberi informasi tentang lalu lintas. Fitur kendaraan seperti ac juga berpengaruh kepada mesin, karena kompresor ac memperberat kinerja mesin. Penggunaan jenis bahan bakarsebaiknya menggunakan bbm beroktan tinggi sesuai rekomendasi pabrikan.

Kondisi mobil harus selalu dalam keadaan yang maksimal karena kondisi mesin yang bagus maka tenaga akan lebih mudah didapat pada putaran rendah. Service berkala di bengkel merupakan salah satu opsi yang bisa ditempuh.

Melakukan penggantian oli secara berkala karena oli yang sudah kental akan membuat pemutaran mesin menjadi lebih berat. Filter udara yang kotor juga dapat menghambat sistem pembakaran, karena pembakaran berasal dari udara yang dicampur dengan bensin sehingga jika udara terhambat maka bensinnya yang akan lebih banyak terbuang. Penambahan beban sebanyak 100 kilogram dapat berpengaruh sebanyak 7% kepada efisiensi. Tekanan ban juga mempengaruhi efisiensi, tekanan ban harus dalam ukuran yang disarankan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber, eco driving memang merupakan sebuah gaya mengemudi yang perlu diterapkan pada setiap pengemudi. Selain hemat bahan bakar dan hemat uang, eco driving juga mengajarkan bagi pengemudi untuk bersikap santai dan tenang sehingga dapat meminimalisir terjadinya keributan saat berkendara di jalan raya yang diakibatkan oleh pengemudi yang tidak bertanggung jawab.

Cara mengemudi, keadaan kendaraan, dan lingkungan sangat berpengaruh demi terciptanya gaya berkendara hemat yang maksimal. Dengan menerapkan gaya mengemudi yang baik dan benar, efek yang dapat terjadi selain hemat bahan bakar dari sisi ekonomi adalah penghematan energi kendaraan yang berfungsi untuk mengurangi polusi udara, memperpanjang umur kendaraan, dan mengurangi resiko kecelakaan.

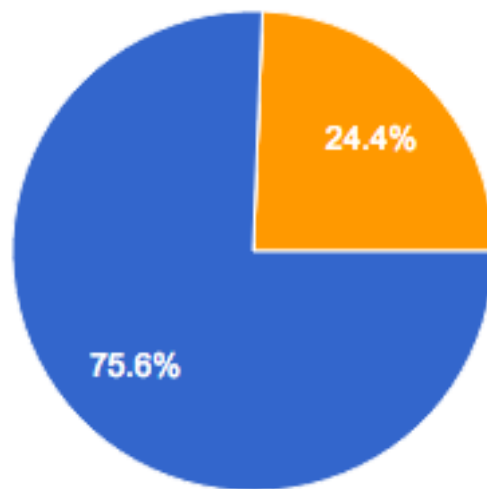
3.4. Pengetahuan Masyarakat mengenai Eco Driving

Jenis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah kuantitatif. Kuesioner merupakan metode perolehan data dari responden dalam skala besar. Data yang diperoleh bersifat pasti dan nyata. Kuesioner disebar secara online melalui

aplikasi bantuan dari google berupa google form. Responden dalam penelitian ini adalah kepada orang yang tinggal di daerah Jabodetabek dan menggunakan mobilnya dalam aktivitas sehari-hari, seperti mengantar anak sekolah hingga pergi ke kantor atau berbelanja. Jumlah responden yang didapat sebanyak 41 orang. Pertanyaan yang dimuat didalamnya tidak banyak namun dapat mengetahui gaya mengemudi pengendara itu sendiri guna memperkuat konten dalam perancangan.

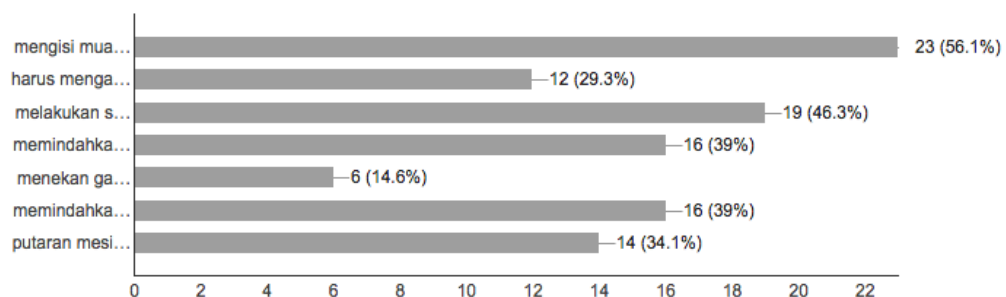
Pengumpulan kuesioner dilakukan secara online menggunakan bantuan dari pihak ketiga yaitu *google form*. Terdapat sejumlah 41 responden aktif yang mengisi formulir kuesioner dan tinggal di daerah Jabodetabek. Pertanyaan yang terdapat pada kuesioner bertujuan untuk mengetahui pola mengemudi masyarakat. Penulis ingin mengetahui apakah pengemudi mobil sudah berusaha untuk berkendara hemat, dan jika sudah apakah yang dilakukannya selama ini sudah benar. Data yang diperoleh pada kuesioner merupakan bukti nyata mengenai kelakuan pengemudi dalam berkendara sehari-hari, sehingga membantu penulis untuk lebih selektif dalam membuat konten perancangan.

Hasil yang didapat pada hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 87% masyarakat sudah mencoba untuk menerapkan gaya berkendara hemat bahan bakar. Berbagai macam upaya sudah mereka lakukan demi efisiensi, seperti tidak berkendara dengan kecepatan tinggi, mengisi bensin dengan oktan tinggi, dan tidak agresif. Faktanya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, banyak langkah yang harus dilakukan agar kendaraan kita benar-benar hemat.



Gambar 3.2. Kebiasaan Masyarakat

75.6% masyarakat lebih memilih untuk tetap melalui jalan yang macet untuk sampai ke tujuan dan hanya 24.4% yang memilih untuk mencari jalan alternatif. Berdasarkan data, tidak ada masyarakat yang memilih untuk singgah demi menunggu macet usai. Faktanya jika kita memilih jalan yang lebih jauh tetapi tidak macet akan lebih efisien dari segi waktu dan bahan bakar daripada melewati rute yang lebih dekat namun macet.



Gambar 3.3. Pengetahuan Masyarakat

Penulis ingin mengetahui pandangan masyarakat awam mengenai cara berkendara hemat, maka penulis membuat kolom *checkbox* yang mengajak responden untuk memilih perilaku mana saja yang termasuk kedalam *eco driving*. Hasil menunjukkan bahwa dari 41 responden yang mengisi tidak ada satu pun dari mereka yang menjawab secara komplit dan benar, melainkan mereka hanya mengetahui beberapa point saja. 56.1% masyarakat mengatakan bahwa mengisi muatan mobil hingga maksimal tidak mempengaruhi efisiensi bahan bakar, faktanya berat beban kendaraan memiliki pengaruh dengan kinerja mesin. Dalam dunia otomotif dikenal dengan istilah *power weight ratio*. Sebanyak 70.7% masyarakat juga tidak mengetahui bahwa mengambil ancang-ancang untuk menaiki tanjakan sangat berpengaruh pada efisiensi bahan bakar. Berdasarkan hasil kuesioner, 85.4% masyarakat sudah mengetahui bahwa menekan gas dalam-dalam merupakan hal yang dapat membuat kendaraan lebih boros.

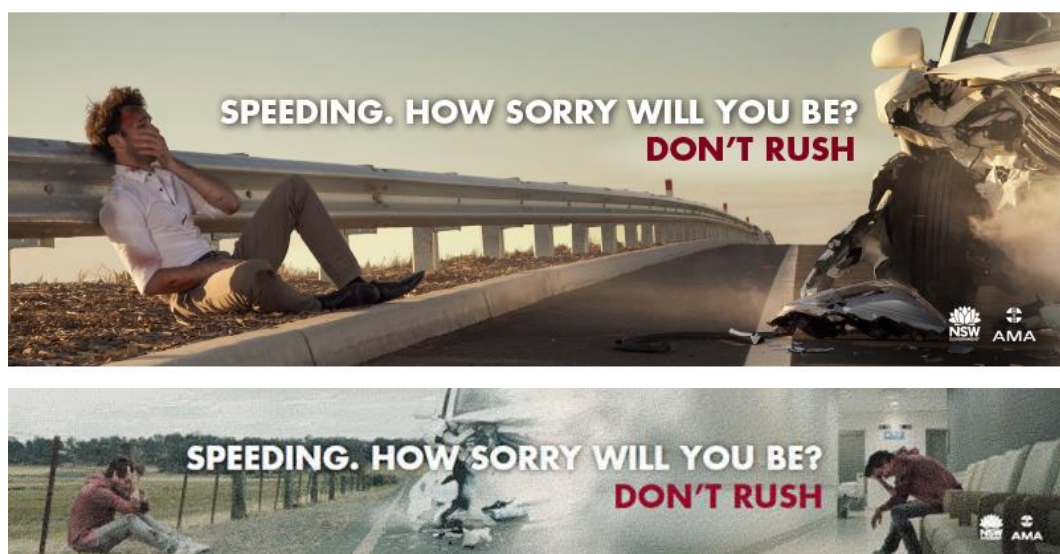
Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa yang seharusnya dilakukan oleh seorang pengemudi agar *eco driving* adalah harus mengambil ancang-ancang sebelum melalui tanjakan, harus melakukan service berkala, harus memindahkan ke transmisi yang lebih rendah untuk mengurangi kecepatan, dan harus menjaga putaran mesin pada 2.000 – 2.500 rpm. Sedangkan hal yang tidak lazim dilakukan oleh *eco driver* adalah mengisi muatan mobil hingga maksimal dan menekan gas dalam-dalam agar mobil mudah melaju.

3.5. Studi Eksisting

Studi eksisting bertujuan untuk memahami kampanye yang ada atau yang pernah dibuat sebelumnya yang ditujukan kepada anak muda melalui pesan secara visual

sebagai panduan dan referensi dalam perancangan ini. Ketiga lembaga ini (Ameriprise Insurance, Transport for NSW, Vancouver Police) dipilih oleh penulis karena memiliki gaya penyampaian pesan yang berbeda namun sama-sama membahas mengenai kampanye dengan tema *driving*.

3.5.1. Transport for New South Wales



Gambar 3.4. *Speeding Campaign*

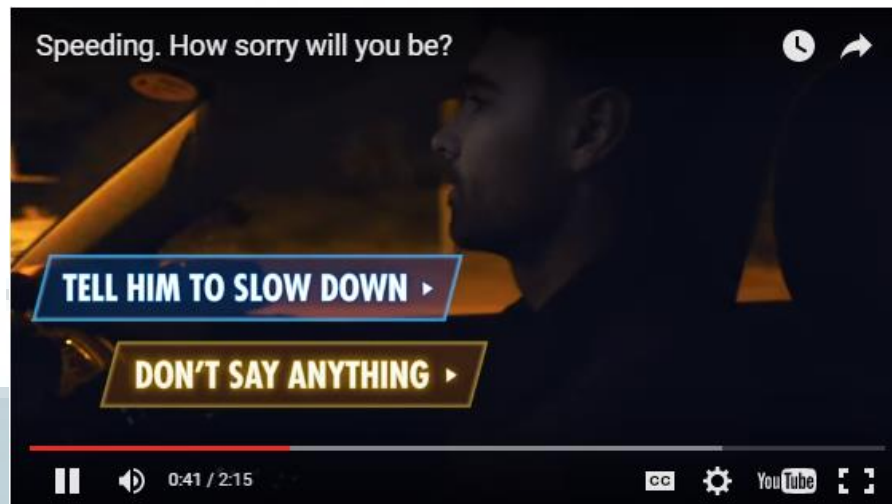
(www.roadsafety.transport.nsw.gov.au, 2015)

Kecepatan dalam mengemudikan kendaraan merupakan salah satu perilaku yang banyak menyebabkan kematian di New South Wales. Menurut data, tercatat bahwa sebanyak 40% pengendara meninggal dunia karena insiden ini. Masyarakat di New South Wales, berpendapat bahwa berkendara dengan kecepatan tinggi merupakan hal yang lumrah dibandingkan dengan berkendara sambil minum minuman keras. Hal ini tentu menjadi perhatian bagi pemerintah setempat, karena keduanya merupakan tindakan yang sama-sama tidak baik.

Kampanye ini dilakukan oleh Transport for NSW dengan target audience berumur 17 hingga 49 tahun karena berdasarkan data, kecelakaan fatal akibat kecepatan mengemudi terjadi pada rentang usia tersebut. Kampanye ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menaati aturan lalu lintas mengenai kecepatan dan mendorong masyarakat untuk berani ikut berperan untuk menentang orang yang melanggar aturan lalu lintas. Tagline “How sorry will you be ?” digunakan pada semua media kampanye. Kalimat itu bertujuan untuk memberi peringatan kepada pengemudi maupun penumpangnya bahwa kecepatan tinggi menyebabkan kita tidak dapat sigap mengantisipasi apa yang terjadi di depan dan tentunya dapat meningkatkan resiko kecelakaan. Pesan yang terdapat pada kampanye ini “How sorry will you be?” disebarakan melalui iklan pada *online tv, digital banner ads, outdoor advertising, dan radio advertising.*

Visual yang terdapat pada kampanye ini terbilang sederhana namun memiliki maksud yang jelas. Terdapat gambar, tagline, dan logo pada banner. Setiap banner menggunakan gambar yang representatif sesuai dengan pesannya, contohnya dengan penggunaan kendaraan yang hancur dan seorang lelaki yang bersedih di pinggir jalan. Gambar yang digunakan dalam kampanye ini menggunakan bantuan teknik fotografi dan teknik olah gambar digital. Dalam setiap media penyebarannya hanya terdapat maksimal 8 kata berjenis sans serif, yaitu “Speeding. How sorry will you be? Don’t rush” yang digunakan berulang-ulang. Visual ini berupaya menyampaikan hal yang penting dan serius namun dibawakan dengan santai dan juga tidak menggunakan aturan desain yang rumit. Tingkat keterbacaan dan pesan yang ingin disampaikan mudah dicerna dengan baik oleh *audience.* Warna pada tulisan pun menggunakan warna putih dan merah

yang terlihat serasi dengan backgroundnya. Informasi lainnya mengenai logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan.



Gambar 3.5. Video *Speeding Campaign*
(www.roadsafety.transport.nsw.gov.au, 2015)

Kampanye ini menggunakan video interaktif yang menempatkan *audience* sebagai penumpang dari mobil yang berkecepatan tinggi. Video berdurasi 2 menit 15 detik itu berisi tentang dua buah masalah yang sama yaitu mengemudi mobil dengan kecepatan tinggi tetapi memiliki solusi yang berbeda. Video itu ingin menyampaikan bahwa langkah yang kita ambil sekarang, menentukan kejadian selanjutnya. Jika penumpang memilih untuk membiarkan pengemudi melaju kencang, maka resiko yang terjadi adalah kecelakaan dan untuk memperbaikinya tidak cukup dengan kata maaf. Tetapi jika penumpang berperan aktif untuk melarang pengemudi berkendara kencang, maka hal-hal yang dikhawatirkan dapat diantisipasi dengan mudah sehingga tidak terjadi kecelakaan yang merugikan kedua belah pihak. Dari sisi pengemudi, jika tidak mengontrol emosi dan bertindak seenaknya maka akan menyebabkan kecelakaan lalu lintas.

Perilaku antara penumpang dan pengemudi berperan penting demi terciptanya keamanan berkendara.

3.5.2. 1'M Blue Campaign

1'M Blue
Drive for blue skies too!

How You Can Help - Be an Eco-Safe Driver!

- 1. Monitor Fuel Consumption**
Record distance traveled and gasoline consumed to calculate fuel economy. Keep track of your savings.
What you monitor, you manage.
- 2. Plan Your Journey**
Avoid congested routes and peak hours. Combine small trips and errands. Your vehicle burns 20% more fuel every time you start your engine cold.
- 3. Drive Sensibly**
Accelerate and decelerate smoothly to avoid unnecessary braking. Aggressive driving decreases fuel efficiency by 5% in city driving. Stay off the road if you are stressed, angry or over-excited.
Sensible driving is safer for you and others.
- 4. Gas Up Wisely**
Use only quality, clean fuels. Do not fill fuel tank up to the brim and tighten gas cap to avoid spillage. Buy gasoline at the coolest time of the day. Early morning is best.
- 5. Drive Your Vehicle To Warm It Up**
Even on the coldest morning, running your engine for a few seconds is all you need before driving. Your vehicle will reach its optimum operating temperature much faster when you are driving rather than idling.
- 6. Maintain A Constant Speed**
Pumping the accelerator sends more fuel to the engine. Drive at a steady speed in as high a gear as possible at low rpm. Keep idling and avoid unnecessary stops as it takes more energy to move a stopped vehicle than to keep it moving.
- 7. Choose the Highest Gear Suited for Your Speed**
Gradually accelerate then upshift at around 2,500 rpm. Shifting too early or too late burns more fuel and wastes money.
- 8. Anticipate Starts and Stops**
Slow down by easing off the gas pedal early and save fuel. Look ahead for pedestrians, stop lights, and changes in the flow of traffic.
- 9. Get Rid Of All Extra Weight**
Remove unnecessary, heavy items in your vehicle. Each 100lbs extra load reduces fuel economy by up to 2% and up to 5% with a loaded roof rack. Reduce aerodynamic drag and improve your fuel economy by placing items inside the trunk whenever possible.
- 10. Turn Off Engine While Waiting**
For any stop of more than 60 seconds whether you're stuck in traffic at a level crossing, or waiting for someone to get in, switch off engine to lessen fuel consumption and CO2 emissions. Idling wastes gas and money and gets you zero km/liter.
- 11. Observe Proper Maintenance**
Change oil and oil filters at intervals recommended by the manufacturer. Dirty oil and low oil levels can cause friction and rob you of gasoline mileage. Without a good tune-up, a vehicle uses as much as 20% more gasoline than a well-tuned vehicle.
- 12. Keep Tires Properly Inflated**
Under-inflated tires are dangerous and require the engine to produce more power to drive the vehicle. Each under-inflated tire causes a 1% increase in fuel consumption.
- 13. Park Your Car Properly**
Park your car in the shade of a building or a tree...
- 14. Consider Replacing Your Old Vehicle**
Measure the cost of keeping your old car against getting a newer, more fuel-efficient vehicle.
- 15. Help Spread the Word About Eco-Safe Driving**
Be an eco-safe driver in heart, action, and words. Share these resources to your friends.

References: www.hondapril.com, www.world.honda.com, www.fueleconomy.gov, www.unsp.org, www.ecodrivingusa.com, www.rpdriive.org, www.eco-drivers.co.uk, www.energy-saving-trust.org.uk, www.gasproratch.com, Business for Environmentally Sustainable Transport, Business Climate Action Summit 2011

I Want to Pledge Join Our Mailing List

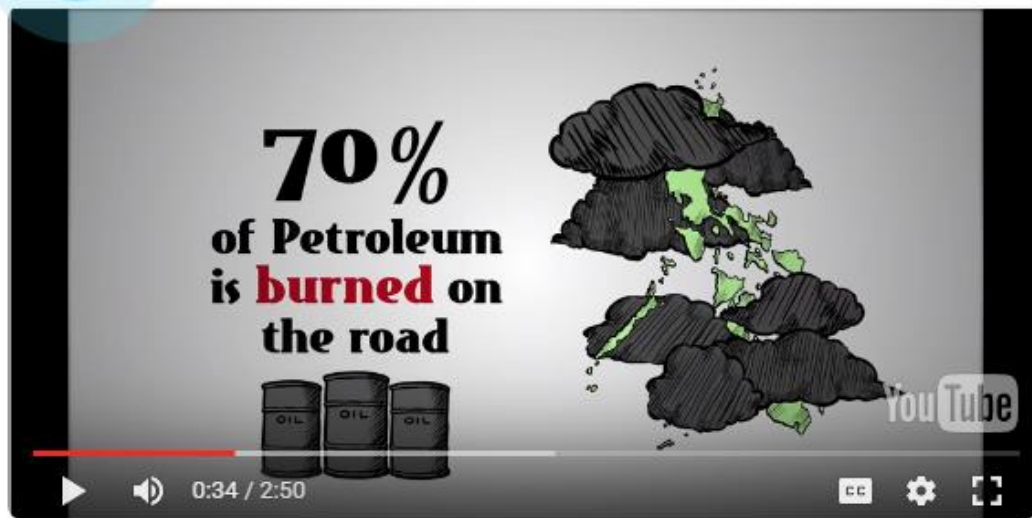
Gambar 3.6. Eco-Safe Campaign

(www.pinterest.com, 2012)

1'M Blue jika dibaca adalah I'm blue merupakan sebuah catchphrase untuk 1 juta eco-safe drivers dibawah Clean Fleet Management Program. Tujuan diadakannya kampanye ini adalah untuk membantu melestarikan lingkungan agar generasi berikutnya masih dapat menikmati apa yang kita rasakan sekarang. Agar tercipta lingkungan yang baik, dapat dimulai dari hal yang kecil salah satunya gaya berkendara kita. Jika kita berkendara hemat bahan bakar maka kita sudah berperan untuk mengurangi polusi, perubahan iklim, dan keberlanjutan energi.

Informasi yang terdapat didalam poster memiliki satu tujuan yaitu ingin memberitahukan langkah- langkah apa saja yang perlu diperhatikan untuk menjadi seorang *eco driver*. Penggambaran pada poster ini memiliki makna langsung seperti pada contoh poster sebelumnya. Penggunaan poin-poin pada poster dianggap ampuh untuk memberitahu masyarakat agar dapat mengubah kebiasaan berkendara mereka. Penggunaan gambar pada poster hanya berperan sebagai background saja.

Dalam memasarkan sebuah produk atau gerakan dibutuhkan sebuah promosi. Hal yang dilakukan oleh 1'M Blue adalah dengan membuat poster dan video yang disebarakan melalui internet. Penyebaran melalui sosial media seperti facebook, twitter, google plus hingga youtube merupakan langkah yang efektif karena target mereka merupakan anak muda. Kaum muda saat ini sangat erat hubungannya dengan penggunaan gadget, sehingga penyebaran akan lebih efisien jika melalui media digital. Video yang dibuat merupakan ajakan betapa pentingnya kita harus berkendara eco driving dan sekilas mengenai langkah apa saja yang termasuk dalam eco driving.



Gambar 3.7. Video *Eco-Safe Driving*
(www.youtube.com, 2012)

Tampilan visual poster pada kampanye menggunakan teknik ilustrasi dan visual yang ditampilkan menggunakan dominan warna biru sebagai background. Komposisi gambar dan tulisan terlihat tidak berlebihan namun penambahan gambar pada poster sangat penting untuk memperjelas apa yang dimaksud oleh tulisan. Poster ini juga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kampanye yang diadakan dengan cara mengikuti langkah-langkah yang ada di poster. Headline diletakkan dibagian atas dan menggunakan jenis tulisan sans serif. Walaupun tingkat ketebalan huruf tidak begitu lebar, tetapi tulisan pada poster tetap dapat terbaca dengan jelas. Logo diletakkan di bagian atas poster dan untuk keterangan lebih lanjut diletakkan dibagian bawah poster.

3.5.3. Ameriprise Insurance

How to Save Money on Gas
Get the most mileage out of every gallon

Gasoline Consumption: By the Numbers

- Average cost of a gallon of gas: **\$3.29**
- Average cost of gas up: **30%**
- Annual average amount per household spent on gas: **\$3,000**
- Amount of pre-tax income spent on gas: **4%**

5 Tips to Save Money on Gas

- Slow down**
 - Speeding, rapid acceleration and braking can lower gas mileage by 33 percent.
 - Gas mileage generally decreases at speeds exceeding 50 mph.
 - An additional \$0.24 per gallon of gas is consumed for each 5 mph driven over 50 mph.
- Perform regular maintenance**
 - Regular tune-ups can improve gas mileage by an average of 4 percent.
 - Properly inflated tires improve gas mileage up to 3.3 percent.
 - A clean air filter can equate to savings of approximately \$72 for every 10,000 miles driven.
- Don't idle**
 - Idling can consume between 1/4 and 1/2 gallon of gas per hour.
 - Idling an engine longer than one minute wastes more gas than restarting the engine.
 - Idling costs Americans close to 2.9 billion gallons of gas each year with a price tag of approximately \$78.2 billion.
- Plan ahead**
 - Gas prices rise on Thursdays in anticipation of weekend travel.
 - Most gas station owners change their prices at 10:00 a.m. Experts say gas prices are higher on weekends and holidays.
 - Some gas stations are priced for convenience—those located on the side of the highway can cost up to \$0.15 more per gallon.
- Use an app**
 - Some apps allow users to find and report the cheapest gas prices in the area.
 - Find an app to track mileage and vehicle maintenance to keep your vehicle running at peak performance levels.
 - Avoid backtracking and excessive idling—using a mapping app to check traffic prior to travel.

Tire Replacement: How Long Do Tires Last?
Extend the life of your tires and prevent potential accidents.

Tire-Related Accident Facts
Each year tire-related issues cause:

- 10,275 injuries
- 414 fatalities
- 78,392 vehicle crashes

When to Replace Aging Tires
A Tire's Lifespan

Tires have a manufacturer's code on the sidewall. The last four numbers represent the production date.

Aging tires are susceptible to blowouts, loss of traction and limited braking ability.

Recommended Tire Lifespan: **6 years** from production date

Maximum Tire Lifespan: **10 years** from production date

Don't purchase old tires. Know the age of your tires.

Tire Replacement Tests

Depleted Tread

Tire Tread: **1/16"** required

Tread Wear Bars
If the tread and the rubber between the tread is even, replace tires.

Tread Wear Depth Indicator
Look for the tread wear depth indicator. If the top of the small arrow is resting the tire's edge, change the tire.

Penny Test
Flip a penny on its end. Insert it into several grooves on the tire. If the very top of Lincoln's head for the copper above it is visible, replace the tires immediately. If a portion of Lincoln's hair is visible, start shopping for tires.

Warped Tires: Signs to Watch
These may be signs of alignment or suspension issues. Take your car to be serviced.

Irregular tread wear
Cracks in the sidewall
Bubbles in the sidewall

Make Your Tires Last

Tire Storage
50% PSI

Deflate tires to 50% of the recommended tire pressure. Tires should be stored upright, not lying down. Store any seasonal tires in a clean, cool, dark, and ventilated area.

The Elements

Extreme temperatures may cause tires to age faster than normal. Parking your vehicle in the garage each night helps prevent premature tire aging.

Tire Inflation
Maintain proper inflation.

Tire Rotation
Rotate your tires every 7,000 miles.

Check your owner's manual for specific recommendations related to your vehicle's tires.

Windshield Repair vs. Windshield Replacement
Avoid a windshield replacement by acting fast to fix a chip.

Types of chips
Chips and cracks like these are good candidates for windshield repair.

- Star Break
- Combo Break
- Partial Bullseye
- Bullseye

Windshield repair
Opt for repair when:

- Cracks are up to 3 inches long
- Rock chips are quarter-size and smaller
- Cracks are at the edge of the windshield—they tend to spread quickly and can compromise the structural integrity
- Cracks are longer than a dollar bill
- Chips are directly in the driver's line of vision

Windshield replacement
You'll need to replace your windshield if:

Average costs

Windshield repair

- Single rock chip: **\$40-50** for the first chip
- + **\$10** for each additional chip
- Cracks (up to 3 inches long): **\$40-50**
- Cracks 3-6 inches long: **\$70**

Windshield replacement
Windshield replacements range from several hundred to several thousand dollars, depending on the damage and the automobile's make and model. Installation costs extra.

Fixing chips

- Good for your vehicle**
 - Dirt can reduce the effectiveness and clarity of a potential repair.
 - Cracked windshields lose structural integrity, putting you at risk in an accident.
 - It is illegal in most states to drive with a cracked windshield.
- Good for your pocketbook**
 - Chips are less expensive to fix because they can be filled.
 - Most auto insurance policies provide auto glass repair coverage, but to varying degrees. Typically, the policy deductible does not apply to repair a chip—but it does for a replacement. Check with your agent.
 - When chips aren't fixed, they grow into cracks. Cracks larger than a dollar generally require more expensive windshield replacement.

Gambar 3.8. Car Care Tips
(www.ameriprise.com, n.d.)

Ameriprise merupakan salah satu perusahaan terkemuka di dunia yang berdiri sejak tahun 1894. Ameriprise Insurance merupakan perusahaan asuransi yang bergerak dibidang *auto insurance*, *home insurance*, *renters insurance*, *umbrella insurance*, dan *speciality insurance*. Pada bahasan ini, penulis akan

membahas mengenai *auto insurance* saja. Kampanye yang tertera pada gambar diatas merupakan isu mengenai cara merawat kendaraan. Poster ini menginformasikan masyarakat tentang langkah yang tepat untuk merawat kendaraan beserta fakta-faktanya. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat lebih mudah dalam memahami kendaraannya melalui infografik.

Kepedulian Ameriprise terhadap keresahan yang terjadi di masyarakat menyebabkan perusahaan harus mencari jalan keluar untuk menjalin hubungan dengan masyarakat. Selain fokus untuk memasarkan produk/jasa, perusahaan juga memikirkan mengenai keselamatan pengendara guna meminimalisir terjadinya kecelakaan akibat kesalahan pengemudi, sehingga klaim asuransi akibat kecelakaan juga dapat diminimalisir. Target pada kampanye ini adalah dari masyarakat yang sudah memiliki lisensi berkendara hingga umur 50 tahun, karena pada rentang usia tersebut (produktif) mereka sanggup menyerap informasi baru.

Keseluruhan poster berseri ini memiliki pesan yang cukup banyak dan disajikan dengan infografik. Tampilan visual pada poster menggunakan teknik ilustrasi vektor. Setiap ilustrasi selalu diperkuat dengan adanya tulisan untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Ukuran infografik tidak sama antara satu poster dengan yang lainnya karena bergantung kepada banyaknya informasi yang terkandung didalamnya. Headline poster terletak di bagian atas dan menggunakan jenis huruf *sans serif* dengan ukuran yang besar sehingga tulisan dapat terbaca dan jelas. Ketiga visual diatas menampilkan tips tentang cara merawat kendaraan, namun ketika berpindah informasi tetapi masih dalam satu poster, menggunakan warna dengan *background* yang berbeda. Letak logo dan

sumber data diletakkan dibagian bawah poster. Keseluruhan warna tulisan pada poster ini menggunakan warna hitam yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik di latar berwarna putih. Tampilan *layout* yang digunakan adalah *portrait* dengan komposisi yang *simple* dan sederhana.



Gambar 3.9. Video *Car Care Tips*

(www.youtube.com, n.d.)

Ameriprise memiliki video dalam kampanye mereka. Video yang diunggah menggunakan teknik sinematografi yang berisikan tentang langkah-langkah merawat mobil. Salah satu video yang penulis gunakan adalah video langkah penggantian ban mobil yang kempes ditengah jalan. Langkah-langkah yang ada diuraikan dengan sangat jelas dan memiliki kecepatan video yang baik. Penggunaan wanita dalam video dikarenakan tidak banyak wanita yang mengerti tentang otomotif. Saat terjadi masalah pada mobil ditengah jalan yang sepi seorang wanita yang akan merasa bingung dalam menangani mobilnya. Video

dari Ameriprise berperan untuk membantu mereka yang kesusahan agar lebih cepat paham dan bisa segera mengatasi masalah yang ada.

Tabel 3.1. Perbandingan Kampanye

Pembanding	NSW	1'M Blue Campaign	Ameriprise Insurance
Media yang Digunakan	Memanfaatkan penggunaan poster dan video dalam penyebarannya.	Memanfaatkan penggunaan poster dan video dalam penyebarannya.	Penggunaan infografik dan video.
Cara Penyebaran	Menggunakan jasa pihak ketiga untuk beriklan di <i>online tv</i> , <i>digital banner ads</i> , <i>outdoor advertising</i> , dan <i>radio advertising</i> .	Melalui sosial media dan website aktif dengan jumlah pengunjung yang tinggi seperti youtube, pinterest, topgear.	Posting di website resmi Ameriprise serta outdoor advertising.
Konten	Disampaikan dengan cara yang tegas, serius dan memiliki makna langsung kepada pesan yang ingin disampaikan. Menggambarkan konsekuensi yang terjadi jika kita mengemudi tanpa berhati-hati	Pada poster penyampaian dilakukan dengan cara menaruh tulisan secara detail. Hal ini sangat baik dalam memberi pemahaman kepada <i>audience</i> , namun kurang dapat menarik perhatian <i>audience</i> karena kurangnya image yang digunakan.	Disampaikan dengan jelas dan detail melalui infografik, sehingga tips merawat mobil mudah tersampaikan kepada masyarakat.

Warna	Foto yang digunakan menggunakan efek dramatis sehingga menghasilkan warna yang kelam. Tipografi menggunakan warna putih dan merah.	Warna yang digunakan pada poster adalah warna biru sesuai dengan nama campaign mereka. Sedangkan pada video cenderung memakai warna bebas.	Menggunakan warna primer hijau dan biru yang disatukan dengan <i>background</i> berwarna putih.
Tipografi	Jenis <i>typeface</i> menggunakan <i>sans serif</i> dengan stem yang tebal agar tagline dapat terbaca dengan jelas walau dilihat dari kejauhan.	Jenis <i>typeface</i> menggunakan <i>sans serif</i> baik pada judul maupun pada badan tulisan. Tulisan nampak terbaca dengan jelas walau dilihat dari kejauhan.	Menggunakan dua jenis <i>typeface</i> dalam desainnya. Jenis <i>serif</i> untuk judul, dan <i>sans serif</i> untuk body textnya.
Tagline	<i>How sorry will you be?</i> Merupakan kalimat tanya yang mengajak audience untuk berpikir lebih kritis tentang hal yang selanjutnya akan terjadi jika kita melakukan kecerobohan.	Judul berada diatas poster yang bermaksud untuk mengajak <i>audience</i> menjadi bagian dari <i>eco-safe driver</i> .	Judul berada dibagian atas poster. Judul menjelaskan isi dari poster itu sendiri seperti <i>How to Save Money on Gas</i> .
Image	Penggunaan gambar foto ditempatkan sebagai <i>background</i> ,	Menggunakan ilustrasi vektor hanya sebagai background pada poster . Sedangkan pada video, vektor digunakan untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan.	Penggunaan ilustrasi vektor untuk mendukung pesan yang disampaikan melalui tulisan.

Jika diperhatikan secara seksama, ketiga perusahaan diatas memiliki penyampaian yang berbeda-beda. Ameriprise Insurance cenderung lebih inovatif dalam memuat konten kampanye, namun NSW dan 1'M Blue Campaign terlihat sangat baik dalam cara menyebarkan kampanye. Ketiganya memiliki persamaan

yaitu sama-sama menyampaikan dengan cara yang *fun* dan mudah diterima. Penggunaan video seperti yang dilakukan oleh ketiga lembaga ini merupakan langkah yang tepat untuk mendukung efektifitas kampanye mereka di media digital.

3.6. Observasi Lapangan

Penulis melakukan tinjauan langsung ke lapangan untuk mengetahui perilaku masyarakat dalam berkendara. Observasi dilakukan kepada enam pengendara secara acak berdasarkan rentang umur yang telah penulis tentukan sebelumnya. Dalam hal ini penulis berperan sebagai penumpang yang bertugas untuk mengamati pola berkendara mereka.

Semua pengendara baik wanita maupun pria yang menjadi responden mengatakan bahwa mereka sudah berupaya untuk menerapkan dasar-dasar eco driving dalam keseharian mereka, namun empat orang diantara mereka mengatakan bahwa bensin mereka cepat habis. Hal ini tentu berkaitan dengan pengetahuan mereka mengenai eco driving. Seorang pengemudi yang sudah menerapkan gaya hemat bbm secara benar tidak akan pernah berpikir bahwa konsumsi mobilnya boros. Tiga dari enam responden memindahkan transmisi ke yang lebih tinggi pada rpm 3.000 keatas. Lima dari mereka juga sering melakukan pengereman secara mendadak. Tak jarang dari mereka menyalakan ac belakang karena merasa kepanasan padahal ac depan sudah menyala dengan *high speed*.

Penulis berkendara bersama para responden rata-rata sejauh 20 kilometer melewati arus lalu lintas yang cukup padat. Kesimpulan yang dapat ditarik dari observasi ini adalah gaya mengemudi hemat bbm belum sepenuhnya benar

dilakukan sehingga perlu diberi pengetahuan lebih lanjut mengenai *eco driving* yang baik dan benar.

3.7. Kesimpulan

Proses pengumpulan data melalui survei, observasi, *focus grup discussion*, dan wawancara dengan ahli berkendara dari RDL bertujuan untuk memperkuat konten perancangan yang berdasarkan pada keadaan sebenarnya. Dalam memahami pola berkendara masyarakat, penulis memperoleh data melalui survei, observasi, dan FGD. Hasil yang diperoleh dari ketiga metode itu adalah generasi muda saat ini sudah paham tentang efek yang ditimbulkan saat *eco driving*. Mereka sudah berupaya untuk berkendara hemat, tetapi banyak dari mereka yang masih merasa bahwa mobilnya boros, hal ini dikarenakan penerapan yang mereka lakukan belum maksimal dan perlu ditingkatkan.

Hasil dari wawancara kepada Nugroho Respati menghasilkan pemikiran bahwa cara mengemudi, keadaan kendaraan, dan lingkungan sangat berpengaruh untuk mencapai gaya berkendara hemat yang maksimal. Dengan menerapkan *eco driving* yang baik dan benar, efek yang dapat terjadi selain hemat bahan bakar dari sisi ekonomi adalah penghematan energi kendaraan yang berfungsi untuk mengurangi polusi udara, memperpanjang umur kendaraan, dan mengurangi resiko kecelakaan.