

AGENDA-SETTING KEBIJAKAN MOBIL LISTRIK PEMERINTAH PROVINSI DKI JAKARTA DALAM KONTEN LISTRIK YOUTUBE OTODRIVER

Muhammad Rafif Arkan – 14010120140201

Departemen Politik dan Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang agenda-setting kebijakan mobil listrik oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan menggunakan teori The Four P's of Agenda Setting yang dikemukakan oleh Zahariadis (2016). Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana konten mobil listrik yang dipublikasikan oleh kanal YouTube OtoDriver dapat mempengaruhi proses pembentukan agenda kebijakan. Dalam konteks variabel *Perception*, penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana isu percepatan penggunaan mobil listrik dirasakan relevansinya oleh masyarakat DKI Jakarta dengan menggunakan Teori analisis *framing* model Robert Entman (1993). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye mobil listrik yang dilakukan oleh OtoDriver melalui platform YouTube memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai keuntungan dan kelebihan mobil listrik dibandingkan dengan kendaraan berbahan bakar fosil.

Konten yang disajikan secara informatif dan menarik berhasil menarik perhatian publik dan mendorong minat terhadap teknologi mobil listrik. Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat DKI Jakarta mulai merasakan kedekatan dengan isu mobil listrik, terutama dengan semakin banyaknya transportasi umum yang beralih ke mobil listrik dan meningkatnya jumlah stasiun pengisian daya di tempat-tempat umum. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala dan tantangan yang perlu diatasi oleh pemerintah untuk mempercepat adopsi mobil listrik, termasuk kebutuhan akan regulasi yang jelas dan dukungan infrastruktur yang memadai.

Kata Kunci: Kebijakan Mobil listrik, Agenda-Setting Kebijakan, Konten Youtube Otodriver

PENDAHULUAN

Pencemaran udara yang terjadi di DKI Jakarta merupakan masalah yang dihadapi pemerintahan kota ini. Menurut data kualitas udara yang dipublikasikan oleh situs IQ Air, indeks kualitas udara DKI Jakarta pada bulan Juni 2022 mencapai 185 AQI atau memasuki kategori merah yaitu tidak sehat. Selain itu data membuktikan bahwa dari tahun 2018-2021 rata-rata kualitas udara di DKI Jakarta melampaui 7 hingga 10 kali dari panduan kualitas udara yang ditetapkan oleh World Health Organisation atau (WHO).

Oleh karena itu pada tahun 2019 Jakarta menempati peringkat 239 di dunia sebagai kota yang memiliki kualitas udara terburuk (Air, 2021). Tentu saja hal ini akan berdampak buruk bagi kesehatan masyarakat di DKI Jakarta karena menghirup udara berkualitas buruk secara terus menerus. Salah satu penyebab kualitas udara yang buruk ini disebabkan oleh emisi kendaraan bermotor yang masih masif digunakan di kota Jakarta.

Emisi kendaraan yang tinggi ini timbul dari masyarakat yang memilih kendaraan pribadi sebagai moda transportasi utama mereka. Kendaraan pribadi yang dipilih masyarakat masih menggunakan mesin berbahan bakar minyak bumi atau bensin. Dalam Proses pembakarannya mobil dengan mesin konvensional ini akan

menghasilkan gas buang yang dapat mencemarkan udara disekitarnya. Namun dalam perkembangan teknologi yang begitu pesat moda transportasi atau kendaraan pribadi tidak hanya menggunakan mesin konvensional yang menggunakan bahan bakar minyak bumi tetapi ada juga kendaraan bermotor yang ditenagai oleh listrik atau bisa disebut dengan kendaraan bermotor listrik. Jika pemakaian mobil listrik banyak di Jakarta maka akan mengurangi tingkat Polusi udara karena kadar emisi mobil listrik sangat rendah dibandingkan dengan mobil konvensional yang digunakan sehari-hari di jalan Jakarta. Kendaraan listrik yang bisa menjadi solusi dari permasalahan polusi udara di DKI Jakarta ini membuat presiden Jokowi merumuskan kebijakan untuk mendorong penggunaan mobil listrik di Indonesia yang menjadi landasan utama terbuatnya kebijakan kendaraan listrik di DKI Jakarta.

Thomas R. Dye (2001) menguraikan proses kebijakan publik dalam beberapa tahapan, di antaranya (Parson, 2005: 154): 1. Identifikasi masalah kebijakan 2. Penyusunan agenda 3. Perumusan kebijakan 4. Pengesahan kebijakan 5. Implementasi kebijakan 6. Evaluasi kebijakan. Isu yang muncul akibat tingginya polusi udara di Jakarta adalah pemercepatan penggunaan kendaraan listrik harus melewati tahapan agenda setting agar dapat menjadi perhatian pemerintah. Pada tahap ini berbagai isu

diseleksi karena tidak semua isu yang ada dapat dijadikan agenda kebijakan pemerintah, hanya Sebagian isu yang mendapat perhatian pemerintah. Fenomena ini terjadi karena isu-isu tertentu akan mendapatkan perhatian dan pemberitaan yang signifikan sehingga dapat membentuk opini masyarakat. Platform media sosial memungkinkan informasi dapat menyebar secara cepat dan luas karena ketika berita sudah menjadi viral akan mendapatkan pembicaraan utama di platform tersebut melalui algoritma masing-masing media sosial. Hal ini membuat agenda setting pada era ini tidak terlepas dari peran media massa.

Langkah pertama yang bisa dilakukan dalam realitas kebijakan publik, isu yang muncul akibat tingginya polusi udara di Jakarta adalah pemercepatan penggunaan kendaraan listrik harus melewati tahapan agenda setting agar dapat menjadi perhatian pemerintah. Pada tahap ini berbagai isu diseleksi karena tidak semua isu yang ada dapat dijadikan agenda kebijakan pemerintah, hanya Sebagian isu yang mendapat perhatian pemerintah. Menurut Zahariadis (2016) model The Four p's of agenda setting terdapat empat aliran yang membantu memahami tentang cara pengambilan Keputusan dalam memprioritaskan masalah publik. Keempat aliran tersebut adalah: Power (kekuatan/kekuasaan), Perception

(persepsi), Potency (potensi), dan Proximity (kedekatan).

Analisis framing pada media Youtube OtoDriver akan menggunakan model Robert Entman karena peneliti ingin melihat bagaimana jurnalis dalam mengemas isu pemercepatan kendaraan listrik dalam konten OtoDriver. Penggunaan model ini karena cocok untuk mengetahui pemberitaan isu mobil listrik ini disajikan oleh jurnalis berdasarkan pandangan dari realitas yang terbentuk. Selain itu alasan memilih media Youtube OtoDriver dikarenakan salah satu media otomotif terbesar di Indonesia yang memiliki jumlah pengikut hingga 1,44 juta. Jurnalis OtoDriver dalam menyajikan konten tidak hanya menggunakan pola saja namun konten yang berkaitan dengan isu mobil listrik dikemas dengan menarik sehingga masyarakat tertarik untuk membacanya.

Melihat peristiwa tersebut peneliti pun tertarik dengan fenomena yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa DKI Jakarta merupakan kota yang memiliki tingkat polusi udara yang tinggi. Adanya situasi ini membuat mobil listrik menjadi salah satu cara untuk mengurangi polusi udara dikarenakan tidak mengeluarkan emisi gas buang. Pemerintah DKI Jakarta dituntut untuk bersikap dengan cepat terhadap isu-isu pemercepatan penggunaan kendaraan listrik dan dapat dijadikan agenda kebijakan. Selain

itu dalam pembentukan agenda setting diduga bahwa konten YouTube OtoDriver dapat mempengaruhi opini masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi agenda percepatan penggunaan kendaraan listrik. Berkaitan dengan hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Agenda-Setting Kebijakan Mobil Listrik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam konten mobil listrik Youtube Oto Driver”.

KERANGKA TEORI

A. Agenda Setting

Teori Agenda Setting pertama kali dikembangkan oleh McCombs dan Shaw pada tahun 1968, “Media massa memiliki kemampuan untuk menggeser agenda berita mereka kedalam agenda publik” (Shaw, 1972) Dalam teori ini media massa dalam melakukan seleksi penekanan penyajian berita secara tidak langsung dapat mempengaruhi bahkan membentuk cara berfikir masyarakat yang mengkonsumsi informasi. Penelitian mengenai pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 menjadi latar belakang Sejarah munculnya teori agenda studi tersebut menemukan bahwa terdapat korelasi antara bobot berita dan rating pemilihan presiden Amerika Serikat hal inilah yang menjadi hipotesis teori agenda. Media memiliki kemampuan membuat orang menilai suatu permasalahan

yang dianggap penting berdasarkan apa yang diberitakan oleh media.

Zahariadis (2016) menghadirkan suatu model konseptual mengenai proses agenda setting yang disebut sebagai The Four P's of Agenda Setting (Empat P dalam Pengaturan Agenda), yang terdiri dari Power (Kekuasaan), Perception (Persepsi), Potency (Potensi), dan Proximity (Kedekatan). Dalam model ini, empat elemen tersebut dipandang sebagai landasan untuk memahami bagaimana keputusan diambil dengan memberikan prioritas kepada masalah publik

Dengan kata lain, kekuasaan berhubungan dengan pengaruh untuk memicu tindakan; persepsi berkaitan dengan representasi atau kesan suatu masalah; potensi mencerminkan tingkat seriusnya konsekuensi; dan kedekatan melibatkan dampak yang akan terjadi segera. Potensi dan kedekatan, sementara memiliki pengaruh tidak langsung, diarahkan melalui kekuasaan dan persepsi dalam proses agenda setting (Zahariadis, 2016). Dengan mempertimbangkan aliran masalah yang dikemukakan oleh Zahariadis, The Four P's of Agenda Setting terdiri dari Power (Kekuasaan), Perception (Persepsi), Potency (Potensi), dan Proximity (Kedekatan).

B. Analisis Framing

Analisis framing merupakan teori yang digunakan dalam menganalisis media

massa Frame yang akan digunakan sebagai pesan yang dapat dideteksi untuk dikaji melalui analisis framing. Dalam penelitian komunikasi analisis framing digunakan untuk mengkaji berita jurnalistik terkait perannya dalam membentuk sudut pandang media serta pengaruhnya untuk khalayak luas. Teori analisis framing sendiri sudah banyak digunakan serta diterapkan dalam studi politik, komunikasi, dan Gerakan sosial.

Konsep Analisis Framing yang dikembangkan oleh Robert N. Entman menggambarkan proses seleksi serta menonjolkan aspek tertentu dari realitas yang dipilih oleh media. Bentuk penonjolan ini bisa beragam tergantung bagaimana media tersebut menafsirkannya, seperti menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol di banding aspek lainnya, paling mencolok diantara yang lain, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting oleh media atau menghubungkannya dengan aspek budaya yang dimiliki oleh masyarakat, Penonjolan ini secara tidak langsung akan membuat informasi lebih terlihat bermakna, jelas, dan gampang diingat oleh khalayak luas.

Pada dasarnya framing adalah cara untuk melihat media bercerita tentang suatu realitas. Framing memiliki dua esensi utama pertama, bagaimana peristiwa akan dimaknai hal ini berhubungan dengan bagian

mana yang harus diliput dan mana yang tidak harus diliput. Kedua, bagaimana fakta tersebut akan ditulis. Hal ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar yang mendukung gagasan terbentuk. Dalam analisis framing juga pembentukan pesan dari teks menjadi pusat perhatian utama. Terutama, melihat bagaimana pesan akan dikonstruksikan oleh media.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang ditunjukkan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci, mengidentifikasi masalah, dan membuat perbandingan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan uraian tentang keadaan tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti (Moleong, 2018) Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang membahas serta memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berlatar belakang dari masalah sosial (John W. Creswell, 2016)

Merujuk pada pendapat Bogdan dan Taylor, penelitian deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang membutuhkan data deskriptif dalam bentuk kata – kata baik tertulis maupun lisan dari sekelompok orang dan pelaku yang dapat diamati (Moleong, 2018). Teknik pengumpulan data ini akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi

data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berkaitan Agenda-Setting Kebijakan Mobil Listrik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam konten mobil listrik Youtube Oto Driver guna mendapatkan informasi dan data yang diperlukan maka subjek penelitian meliputi Media sosial chanel youtube OtoDriver, Biro Hukum Pemprov DKI Jakarta, Dinas Perhubungan, Pengusaha mobil listrik, dan masyarakat Jakarta sedangkan yang menjadi objeknya isu pemercepatan kendaraan listrik dan pemberitaan mengenai kendaraan mobil berbasis baterai/listrik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye Mobil Listrik Melalui Konten Youtube OtoDriver

Dalam strategi pemasaran serta edukasi mobil listrik kepada masyarakat, kampanye media sosial menjadi salah satu bagian penting yang dilakukan oleh berbagai pihak. Otodriver merupakan salah satu media otomotif yang terkenal dalam menyebarkan informasi mengenai industri mobil di Indonesia melalui media sosial YouTube. Konten yang dihadirkan OtoDriver memiliki peran yang signifikan untuk menyebarkan informasi tentang mobil listrik kepada khalayak luas, khususnya para penggemar otomotif dan masyarakat umum yang tertarik pada perkembangan teknologi industri otomotif. Melalui berbagai video

yang informatif dan menarik, OtoDriver membantu meningkatkan kesadaran akan keuntungan dan potensi mobil listrik di Indonesia.

Otodriver membuat video melalui platform Youtube yang telah menjadi sumber informasi terpercaya bagi penggemar kendaraan roda empat sejak tahun 2015. Dengan jumlah subscriber mencapai 1,44 juta, OtoDriver telah mengunggah total 935 video yang mencakup berbagai topik otomotif. Video-video tersebut telah mendapatkan total 376.194.161 views, menunjukkan betapa populernya konten yang disajikan. Dipimpin oleh Fitra Eri, OtoDriver menyajikan ulasan mendalam, uji coba, serta berita terbaru tentang mobil, yang membuatnya menjadi salah satu channel paling berpengaruh di bidang otomotif di Indonesia.

OtoDriver merupakan salah satu pionir dalam mengedukasi masyarakat Indonesia tentang mobil listrik melalui konten YouTube. Platform ini telah memanfaatkan popularitas media sosial untuk menyebarkan informasi yang lengkap dan akurat tentang mobil listrik. Melalui pendekatan yang informatif dan menarik kampanye mobil listrik yang dilakukan OtoDriver mencakup beberapa aspek penting yang dirancang untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Mereka tidak hanya fokus pada aspek teknis kendaraan

listrik saja tetapi juga pada manfaat lingkungan dan ekonomi yang dapat diperoleh dari penggunaan mobil listrik. Melalui video-video ulasan yang detail, perbandingan yang objektif, tips praktis, OtoDriver berusaha membentuk pemahaman yang mendalam di kalangan penonton tentang pentingnya beralih ke kendaraan listrik.

Dalam video **“Taxi Listrik BYD E6 Otodriver”** Otodriver memperkenalkan moda transportasi baru yaitu taxi listrik sebagai armada baru Bluebird. Pengenalan ini dimulai dengan membandingkan secara langsung antara taxi listrik dan taxi berbahan bakar fosil melalui perbandingan dimensi secara keseluruhan. Pengenalan ini menunjukkan kepada masyarakat bahwa era mobil listrik di Indonesia sudah dimulai dengan armada taxi yang mulai beralih ke kendaraan listrik. Mereka melakukan uji coba langsung di jalan raya dan dalam kondisi berkendara sehari-hari, memberikan penilaian yang detail tentang kinerja, kenyamanan, dan keandalan taxi listrik.

Selain taksi listrik Bluebird yang diperkenalkan sebagai moda transportasi

umum berbasis listrik pertama yang bisa dicoba masyarakat, dalam video **“First Impression BMW i3s”** memperkenalkan BMW i3s sebagai mobil full elektrik pertama yang dijual secara resmi di Indonesia. Dalam video tersebut OtoDriver menyoroti berbagai keunggulan BMW i3s, termasuk desain futuristik, performa dinamis, dan teknologi canggih yang terdapat dalam mobil tersebut. Dengan menyampaikannya melalui pandangan pertama kehadiran BMW i3s serta membahasnya secara singkat dan spek yang diberikan oleh BMW. Mereka juga menekankan bagaimana BMW i3s dapat menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang mencari kendaraan ramah lingkungan dengan performa tinggi.

Dalam konten youtube **“Test Berkendara BMW i3s”** mereka membahas mengenai efisiensi energi mobil listrik BMW i3s. Efisiensi energi yang dijelaskan dilakukan dengan perbandingan secara langsung konsumsi energi mobil berbahan bakar konvensional dan mobil listrik. Dengan kapasitas baterai sekitar 49 kWh, BMW

berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh team OtoDriver mampu menempuh jarak hingga 300 km dengan memerlukan biaya sekitar RP. 70.000 sedangkan untuk kendaraan berbahan bakar minyak untuk menempuh jarak 300 KM memerlukan biaya yang jauh lebih mahal. Dalam pengujian tersebut selain didapatkan efisiensi energi yang tinggi biaya penggunaan kendaraan listrik jauh lebih murah dari mobil berbahan bakar minyak.

Engagement OtoDriver dengan penontonnya melalui komentar video YouTube pada gambar diatas terbilang tinggi, dengan jumlah komentar mencapai hingga 1.087. Interaksi yang aktif ini menunjukkan antusiasme penonton terhadap konten mobil listrik. Hal ini merupakan salah satu contoh nyata dari interaksi yang terjadi antara otodriver dan pengikutnya yang tertuang dalam video review mobil BMW i3s, di mana terdapat segmen khusus yang didedikasikan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan oleh penonton melalui berbagai media sosial OtoDriver. Dalam

pembahasan ini menjawab beberapa kekhawatiran masyarakat seperti reabilitas mobil listrik, efisiensi pengisian daya, serta infrastruktur yang mendukung penggunaan mobil listrik. Dengan merespons pertanyaan yang diberikan oleh penonton, OtoDriver berhasil menciptakan dialog dua arah yang membangun kepercayaan serta kekhawatiran terhadap isu pemercepatan kendaraan listrik.

Identifikasi Kekuatan Yang Mempengaruhi Agenda Setting

Berdasarkan penjelasan dari Staff Biro Hukum Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki kekuatan untuk membentuk agenda kebijakan sesuai dengan dasar pembuatan aturan yang berlaku. Dalam kasus ini agenda kebijakan terjadi dikarenakan delegasi aturan yang lebih tinggi yaitu Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 55 tahun 2019 tentang percepatan program kendaraan Bermotor Listrik untuk transportasi jalan yang ditetapkan tanggal 8 Agustus 2019. Hal ini membuat Pemprov DKI mempunyai kekuatan dalam

pembentukan agenda kebijakan yang ditindak lanjuti oleh unit-unit daerah yang berkaitan.

Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam pembentukan agenda kebijakan mobil listrik di DKI Jakarta hanya sebatas pihak yang terkena dampak dari kebijakan ini. Meskipun dalam wawancara tersebut mengatakan bahwa mempengaruhi agenda kebijakan tetapi pengaruh yang dimaksud hanya untuk kebijakan yang berlaku selanjutnya. Dalam pembentukan agenda kebijakan perusahaan mungkin dapat memiliki pengaruh kedepannya dikarenakan wuling merupakan pioneer dalam mobil listrik dengan range harga 200-300 juta. Dimana kelas ini merupakan harga yang dapat dijangkau oleh kebanyakan masyarakat di Indonesia. Dikarenakan alasan ini memungkinkan pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yang lebih mendorong penggunaan mobil listrik sesuai dengan situasi yang dihadapi oleh para pengusaha mobil di DKI Jakarta.

Jurnalis Oto Driver memiliki kekuatan dalam mengatur informasi mengenai mobil listrik yang disampaikan dalam medianya melalui berita berupa video. Mereka dapat menggunakan narasi maupun visual yang kuat untuk membuat isu tersebut menjadi lebih menonjol dan relevan bagi audiens otomotif mereka. Kekuasaan untuk menyajikan informasi tentang mobil listrik dapat mempengaruhi pemahaman publik yang nantinya dapat dijadikan pertimbangan pembentukan agenda kebijakan mobil listrik di Provinsi DKI Jakarta. Sesuai dengan fungsi media itu sendiri yaitu menyampaikan informasi yang secara tidak langsung tidak bisa didapatkan oleh masyarakat media otomotif berpengaruh dalam pembentukan agenda kebijakan selain itu dari sisi berita media juga sangat membutuhkannya.

Polusi udara yang tinggi di wilayah Provinsi DKI Jakarta menjadi isu yang sering diperbincangkan dimasyarakat. Masyarakat mendukung isu bahwa Mobil listrik yang tidak mengeluarkan emisi kendaraan bermotor dapat menekan tingkat

polusi di DKI Jakarta. Ketika masyarakat menunjukkan minat dan dukungan yang kuat terhadap mobil listrik pembuat kebijakan cenderung memberikan perhatian terhadap isu tersebut. Menjadikan masyarakat memiliki kekuatan dalam pembentukan agenda kebijakan mobil listrik.

Mengidentifikasi Kekuasaan yang dapat mempengaruhi Agenda Kebijakan, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki kekuatan yang dominan. Hal ini disebabkan proses formal dalam pembuatan peraturan tersebut. Pemprov DKI Jakarta memiliki kewenangan untuk membuat Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta nomor 88 Tahun 2019 dan Pergub nomor 3 Tahun 2020 yang merupakan disposisi lanjutan sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden nomor 55 tahun 2019. Namun demikian perusahaan, media, dan masyarakat juga memiliki kekuatan dalam pembentukan agenda kebijakan mobil listrik tetapi tidak secara langsung jika dibandingkan dengan kekuatan yang dimiliki oleh Pemprov DKI Jakarta

Interaksi yang Terjadi Antara Pemerintah, Pengusaha, Jurnalis, dan Masyarakat Dalam Agenda Setting.

Interaksi yang terjadi dalam pembentukan agenda kebijakan pemercepatan kendaraan listrik didampingi oleh biro hukum Sekda Provinsi DKI Jakarta. Interaksi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai aktor utama dalam pembentukan agenda kebijakan pemercepatan kendaraan listrik terjadi dengan pemerintah pusat sebagaimana disposisi dari Peraturan Presiden nomor 55 tahun 2019. Selain itu interaksi yang terjadi antara aktor-aktor dalam pembentukan agenda kebijakan pemercepatan kendaraan listrik dilakukan oleh dinas perhubungan Provinsi DKI Jakarta.

identifikasi interaksi yang terjadi antara pemerintah, pengusaha, jurnalis, dan masyarakat mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi agenda kebijakan. Dalam pembentukan agenda kebijakan pemercepatan kendaraan listrik, pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki kekuatan

dominan. Interaksi antar instansi pemerintah seperti Biro Hukum, Dinas Perhubungan, dan Dinas Lingkungan Hidup memastikan bahwa kebijakan yang dihasilkan mempertimbangkan berbagai aspek teknis dan lingkungan. Sementara itu, interaksi antara media dan ATPM Wuling serta ATPM dengan masyarakat lebih berfokus pada promosi dan pemasaran, tanpa pengaruh signifikan terhadap kebijakan publik. Kurangnya interaksi antara perusahaan dan pemerintah serta media dengan pemerintah menegaskan bahwa dominasi kekuatan pemerintah dalam pembentukan agenda kebijakan adalah kunci dalam pembuatan kebijakan yang mendorong percepatan adopsi kendaraan listrik di Jakarta.

Opini Aktor Yang Terlibat Dalam Pembentukan Agenda Setting Kebijakan Mobil Listrik di DKI Jakarta

Opini aktor yang terlibat dalam pembentukan agenda setting kebijakan mobil listrik di DKI Jakarta dapat mempengaruhi agenda kebijakan.

Masyarakat sebagai salah satu aktor utama menyetujui upaya pengurangan polusi udara melalui adopsi kendaraan listrik. Opini ini selaras dengan tujuan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 yang menjadi dasar bagi pembentukan agenda kebijakan mobil listrik oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Selain itu agenda kebijakan ini juga dapat memberikan keuntungan secara tidak langsung bagi ATPM wulling. Media berpendapat bahwa tanpa kesiapan infrastruktur yang memadai kebijakan ini tidak akan berjalan secara efektif. Dengan demikian opini dari berbagai aktor ini memberikan gambaran berbagai perspektif yang dapat diperhitungkan sehingga dapat mempengaruhi pembentukan agenda kebijakan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menganalisis Apakah Opini OtoDriver Dapat Mempengaruhi Agenda Kebijakan Mobil Listrik Menggunakan Konsep Framing Robert Entman (1993)

Dalam teori The Four P,s of Agenda setting yang dikemukakan oleh zaharadis

menjelaskan bagaimana agenda kebijakan terbentuk dalam proses interaksi dan pengaruh dari berbagai faktor dan interaksi. Salah satu variabel yang mempengaruhi terbentuknya agenda kebijakan adalah Perception/persepsi. Dalam hal ini opini media yang dikemukakan dalam konten Youtube OtoDriver dapat menjadi kunci dalam membentuk persepsi publik yang secara tidak langsung mempengaruhi agenda kebijakan mobil listrik di Jakarta. Robert N. Entman (1993) menerangkan bahwa framing merupakan proses pemilihan aspek tertentu dari suatu isu yang dipersepsikan supaya lebih menonjol dalam konteks komunikasi

Menganalisis apakah opini OtoDriver dapat mempengaruhi agenda kebijakan mobil listrik menggunakan konsep Framing Robert Entman (1993), dalam konteks agenda setting kebijakan mobil listrik di DKI Jakarta, opini OtoDriver yang dibingkai secara kritis menggunakan konsep framing Robert Entman (1993) dapat mempengaruhi proses pembentukan agenda kebijakan. Dengan menyoroti masalah

infrastruktur, dampak lingkungan, dan efektivitas kebijakan, OtoDriver membantu membentuk persepsi publik yang kemudian dapat mempengaruhi pembuat kebijakan untuk mempertimbangkan kembali atau menyesuaikan kebijakan mobil listrik agar lebih matang dan efektif. Opini media seperti ini penting dalam demokrasi karena mereka dapat berfungsi sebagai pengawas yang memastikan bahwa kebijakan publik benar-benar dirancang untuk kepentingan masyarakat luas.

Mengidentifikasi tingkat konsekuensi

Mengidentifikasi tingkat konsekuensi jika permasalahan percepatan penggunaan mobil listrik tidak segera ditangani oleh pemerintah untuk dijadikan agenda kebijakan memiliki tiga konsekuensi utama. Konsekuensi dari tidak dijadikannya agenda kebijakan percepatan adopsi mobil listrik dapat memiliki dampak negatif terhadap lingkungan, kesehatan, dan ekonomi. Peningkatan emisi kendaraan bermotor akan memperburuk polusi udara di Jakarta yang berkaitan dengan

meningkatnya penyakit pernapasan. Hal ini disebabkan oleh kendaraan bermotor listrik menjadi salah satu cara dalam mengurangi polusi di Jakarta. Selain itu tidak berkembangnya industri mobil listrik akan menghilangkan peluang ekonomi. Maka dari itu pemerintah perlu menjadikan percepatan penggunaan mobil listrik sebagai prioritas utama dalam agenda kebijakan agar memastikan masa depan yang lebih bersih.

Kedekatan Isu

Isu pemercepatan kendaraan listrik sudah dekat dengan masyarakat di DKI Jakarta. Berdasarkan data - data yang sudah dijelaskan diatas peneliti dapat menginterpretasikan kedekatan isu tersebut dapat dilihat dari perspektif lingkungan, kesehatan, dan kesadaran sosial. Dari sisi lingkungan tingkat polusi udara yang tinggi sudah dirasa dekat dengan masyarakat dimana terjadi kekhawatiran dapat mempengaruhi kesehatan serta mengurangi angka harapan hidup masyarakat di DKI Jakarta. Kedekatan ini juga dilihat dari banyaknya pemberitaan mengenai

kendaraan listrik serta dimulainya penggunaan kendaraan listrik sebagai transportasi umum. Kesadaran ini juga timbul dari masyarakat itu sendiri yang sudah memahami dari pekebangan teknologi mobil listrik.

Refleksi Temuan Penelitian

Tata kelola informasi sebagai kunci koordinasi keberhasilan pemercepatan kendaraan listrik, hambatan-hambatan teknis dan non teknis pada penggunaan mobil listrik, terdapat keterlibatan aktor informal yang dapat mempengaruhi agenda setting kebijakan mobil listrik. Pembentukan agenda setting kebijakan mobil listrik muncul berasal dari beberapa aktor informal maupun formal yang dapat mempengaruhi penetapan agenda. Salah satu aktor yang dapat membentuk pandangan masyarakat adalah media OtoDriver. Dalam pembentukan konten youtube yang dikonsumsi oleh masyarakat memiliki pengaruh untuk menciptakan suatu isu permasalahan yang harus diselesaikan pemerintah menjadi kebijakan. Pengaruh

konten youtube otodriver ini dapat merubah realitas isu mobil listrik di masyarakat sehingga dapat mempengaruhi agenda setting kebijakan mobil listrik.

KESIMPULAN

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa agenda-setting kebijakan mobil listrik di DKI Jakarta dipengaruhi oleh kombinasi kekuatan (power), persepsi (perception), potensi (potency), dan kedekatan (proximity), dengan pemerintah memiliki peran dominan dalam pembuatan kebijakan yang bertujuan untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik. Otodriver memainkan peran untuk membentuk pemahaman serta realitas isu kepada masyarakat.

IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian mengenai agenda setting kebijakan mobil listrik di DKI Jakarta menggunakan teori The Four P's of Agenda Setting oleh Zahariadis (2016), dalam aliran power dan perception terdapat masalah. Penelitian ini dilakukan atas dasar ingin mengetahui bagaimana pembentukan agenda

dari kebijakan Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta nomor 88 Tahun 2019 dan Pergub nomor 3 Tahun 2020 yang menjadi acuan di variable tersebut. Penelitian ini sudah dilakukan sebelum diterbitkannya Peraturan Daerah Nomor Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 Tahun 2024 tentang penambahan insentif pajak yang diberikan kepada mobil listrik.

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi dan bisa menjadi perhatian bagi peneliti-peneliti di masa mendatang untuk lebih menyempurnakan penelitian mereka. Penelitian ini, seperti penelitian lainnya, memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut dimana peneliti tidak mendapatkan narasumber dari Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta melainkan diwakilkan dengan Suku Dinas Perhubungan Jakarta Utara.

SARAN

Hendaknya penelitian selanjutnya dapat menambahkan kebijakan Peraturan Daerah Nomor Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 Tahun 2024 tentang penambahan insentif pajak yang diberikan kepada mobil listrik sebagai acuan tambahan. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan keterangan semua aktor yang terlibat termasuk Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Air, I. (2021, - -). *IQ Air*. Retrieved from IQ Air: <https://www.iqair.com/id/world-most-polluted-cities>
- Ahdiat, A. (2022, 09 06). *databoks*. Retrieved from databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/27/ini-jumlah-motor-dan-mobil-di-jakarta-pada-2021#:~:text=BPS%20mencatat%20jumlah%20kendaraan%20bermotor,21%2C76%20juta%20kendaraan%20bermotor.>
- Bloomberg Philanthropies, D. L. (-, - -). *Vitalstrategies*. Retrieved from Vitalstrategies Web site: <https://www.vitalstrategies.org/wp-content/uploads/Menuju-Udara-Bersih-Jakarta.pdf>
- Creswell, J. w. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson.
- Dye, T. R. (2005). *Understanding Public Policy*. New Jersey: Perason Prentince Hall.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Pradigm. *Journal of Communication*, 51-57.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis : An Essay on The Organization of Experience*. -: -. Retrieved from pakarkomunikasi website: <https://pakarkomunikasi.com/analisis-framing>
- John W. Creswell, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. nebraska: Sage Publications.
- Karman. (2012). MEDIA DAN KONSTRUKSI REALITAS (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo(Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo. (*Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo*, 27-45.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Shaw, M. E. (1972). The Agenda Setting Function of the Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 176-187.
- Sciences, N. I. (2024, April 2). *NIEHS*. Retrieved from NIEHS Web Site: <https://www.niehs.nih.gov/health/to pics/agents/air-pollution>
- WHO. (2022, December 19). *WHO*. Retrieved from WHO Website: [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)
- Zahariadis, N. (2016). *Handbook of Public Policy Agenda Setting*. Northampton: Eward Elgar Publishing Inc.