# BAB II

# UJI EMISI PADA KENDARAAN PRIBADI

## 2.1 Kampanye

Kampanye merupakan usaha untuk berkomunikasi dengan cara memberikan informasi dan juga bisa bersifat persuasif kepada pihak lain dengan tujuan tertentu. Terdapat beberapa definisi atau pendapat dari beberapa pihak tentang definisi kampanye. Salah satunya yang paling populer adalah dari Rogers dan Storey.

Rogers dan Storey (seperti dikutip Venus, 2009: 9) mendefinisikan kampanye sebagai *"Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu*".

Dari definisi kampanye diatas, dapat disimpulkan bahwa aktifitas kampanye harus mengandung beberapa hal yang bisa dikomunikasikan. Yaitu :

- Kegiatan kampanye ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
- Segmentasi harus jelas
- Ditentukan dalam kurun waktu tertentu
- Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang sudah terorganisasi

## 2.2 Polusi Udara

Polusi berarti pencemaran. Polusi merupakan masuknya mahluk hidup, zat, energi atau komponen lain dalam lingkungan yang menyebabakan berubahnya tatanan lingkungan oleh kegiatan manusia. Polusi berarti masuknya bahan pencemar (polutan) sebagai akibat dari kegiatan manusia atau proses alam yang ditemukan ditempat, saat, dan jumlah yang tidak selayaknya. Polusi dapat dijumpai misalnya di tanah, air, udara, bahkan suara bising dari motor, mesin.

### 2.2.1 Polutan

Polutan atau bahan pencemaran adalah bahan/benda yang menyebabkan pencemaran, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti sampah. Secara sifat, polutan dapat dibedakan menjadi 4, yaitu:

1. Polutan Fisik; yaitu polutan yang fisiknya mencemarkan lingkungan. Contohnya: pecahan botol, pecahan keramik, besi tua.
2. Polutan Kimiawi; yaitu polutan yang berbentuk senyawa kimia baik senyawa sintetis maupun yang alami, yang karena konsentrasinya cukup tinggi sehingga dapat menimbulkan pencemaran. Contohnya: gas CO, $CO_2$, $SO_4$, logam Pb (timbal), merkuri.

3. Polutan Biologis; yaitu polutan yang berbentuk makhluk hidup yang dapat menimbulkan pencemaran. Contohnya: bakteri E.Coli, tumbuhan gulma, dan sebagainya.
4. Polutan Sosial Budaya; yaitu polutan yang dapat berbentuk perilaku atau hasil budaya yang tidak sesuai dengan norma sosial budaya setempat, sehingga mengganggu kehidupan sosial budaya masyarakat. Contohnya: anak-anak yang tawuran di daerah sekitar masyarakat.

### 2.2.2 Pencemaran

Pencemaran udara adalah kehadiran satu atau lebih substansi fisik, kimia, atau biologi di atmosfer dalam jumlah yang dapat membahayakan kesehatan manusia, hewan, dan tumbuhan, mengganggu estetika dan kenyamanan, atau merusak properti. Situasi ini mengganggu kehidupan manusia karena msuknya polutan kedalam udara. Daerah perkotaan adalah tempat yang paling tinggi tingkat polusinya.

### 2.2.3 Dampak Polusi

Dampak dari pencemaran udara harus diwaspadai oleh masyarakat. Informasi tentang dampak polusi perlu diperhatikan karena menimbulkan efek yang negatif bagi

lingkungan sekitar dan kehidupan. Seperti bagi kesehatan (bisa menimbulkan gangguan pernapasan hingga kematian), kanker pada paru-paru atau organ tubuh lainnya, penyakit pada saluran tenggorokan yang bersifat akut maupun kronis, dan kondisi yang diakibatkan karena pengaruh bahan pencemar terhadap organ lain seperti paru, misalnya sistem syaraf.

Selain pada kesehatan, terdapat pula dampak bagi lingkungan yaitu terjadinya efek rumah kaca, kerusakan pada lapisan ozone, hujan asam (merusak tumbuhan dan kehidupan di dalam air).

## 2.3 Uji Emisi Kendaraan Bermotor

Uji Emisi berarti menguji/memeriksa gas buang dari sumbernya yaitu kendaraan bermotor. Sumber gas buang dibedakan menjadi dua, yaitu sumber bergerak (transportasi) dan tidak bergerak (asap pabrik).

Di Kota Bandung, pelaksanaan uji emisi sudah sering dilakukan sejak adanya peraturan Menteri Lingkungan Hidup. Setiap tahunnya selalu diadakan uji emisi. Uji Emisi dilakukan dibawah pengawasan BPLHD Jawa Barat. Dalam pelaksanaannya, BPLHD Jabar bekerjasama dengan DISHUB Kota Bandung, BPLH Kota Bandung, Asbekindo (Asosiasi Bengkel Indonesia), serta pihak-pihak lain yang bersangkutan seperti kampus-kampus ataupun perusahaan-perusahaan yang mengadakan uji emisi. Uji emisi ini harus dilakukan

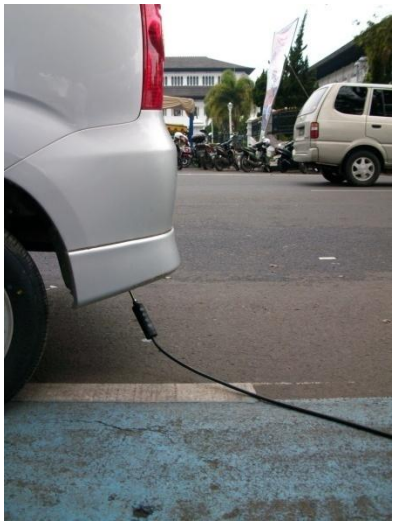
secara berkala mengingat jumlah kendaraan yang beredar di Kota Bandung tidaklah sedikit. Terdapat mobil pribadi dari luar dan dalam serta angkutan umum.

| | **Sedan/ Sejenisnya** | **Jeep/ Sejenisnya** | **Minibus/ Sejenisnya** | **Roda empat lainnya** |
|---|---|---|---|---|
| **Jumlah kendaraan** | 69.677 | 31.041 | 137.656 | 337.261 |

***Tabel 2.1 Jumlah kendaraan pribadi di Kota Bandung 2009***

***Sumber : Bandung dalam angka 2010***

Dari hasil uji emisi yang sudah dilakukan oleh BPLHD sebelumnya, masih banyak volume mobil yang beredar akan tetapi tidak lulus uji emisi. Tidak ada kriteria khusus untuk mobil yang lulus maupun tidak lulus. Semua tergantung dari perawatan mesin.



***Gambar 2.1 Mobil yang sedang diuji emisi***

***Sumber : Dokumen pribadi***

### 2.3.1 Definisi

Uji emisi adalah pengukuran gas buang kendaraan bermotor untuk mendeteksi kinerja mesin kendaraan dengan tujuan untuk menepatkan kinerja mesin kendaraan khususnya pengaturan campuran bahan bakar dan udara, serta untuk mengurangi polusi dan pencemaran udara yang diakibatkan oleh gas buang kendaraan bermotor.

### 2.3.2 Peraturan

Dasar hukum dari uji emisi ini telah diputuskan oleh peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 5 tahun 2006 tentang ambang batas emisi kendaraan bermotor. Untuk propinsi Jawa Barat, Perda Jabar No. 11 Tahun 2006 Tentang Pengendalian Pencemaran Udara.

### 2.3.3 Keuntungan Uji Emisi

Melakukan uji emisi pada kendaraan mempunyai beberapa keuntungan, baik bagi pemilik kendaraan dan lingkungan sekitar. Berikut adalah beberapa keuntungan uji emisi berdasarkan dari BPLHD :

- Mendapat kepastian akan kinerja mesin dalam kondisi prima dan siap diandalkan
- Menjaga korosi mesin akibat pembakaran tidak sempurna

- Dapat melakukan setting pencampuran antara udara dan bahan bakar dengan tepat
- Irit bahan bakar
- Tenaga mesin lebih optimal
- Menurunkan emisi gas buang sehingga tidak merugikan kesehatan orang lain

### 2.3.4 Tata Cara Melakukan Uji Emisi

Dalam melakukan uji emisi pada kendaraan pribadi, cara yang dilakukan cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Caranya adalah (menurut Hilman Charda, Kasubid Pencemaran Lingkungan BPLHD Jabar) :

- Nyalakan mesin mobil
- Matikan AC
- Mekanik mencatat type dan jenis mobil
- Mekanik memasukan alat uji ke knalpot
- Dalam waktu 1-2 menit hasilnya akan keluar



***Gambar 2.2 Alat untuk uji emisi***

***Sumber : Dokumen Pribadi***

Setelah proses tersebut, maka akan ada dua hasil dari uji emisi yaitu, lulus uji emisi dan tidak lulus uji emisi. Untuk kendaraan yang lulus uji emisi, berarti mesin dalam keadaan baik dan sesuai dengan baku mutu emisi. Sedangkan yang tidak lulus, maka pemilik/pengguna kendaraan akan mendapatkan lembar informasi mengenai kerusakan yang terdeteksi dari hasil uji emisi. Setelah itu, pemilik/pengguna kendaraan akan tahu bagaimana langkah selanjutnya untuk perawatan kendaraannya.




***Gambar 2.3 Stiker lulus uji emisi***

**Sumber : bandung.detik.com**

## 2.4 Target Audience

Dalam menentukan *target audience* kampanye uji emsi kendaraan pribadi, terdapat tiga hal yang dilakukan. Konsepnya yaitu STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) (Husein Umar, 2003: 45).

### 2.4.1 *Segmenting*

Segmentasi pasar merupakan upaya pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku mereka (Kotler, 1997: 56). Beberapa variabel utama untuk mensegmentasikan pasar adalah geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

- Geografis; seperti komponen negara, propinsi dan kabupaten/kotamadya. Pada kampanye ini, target primernya adalah warga yang berdomisili di Kota Bandung yang memiliki dan menggunakan mobil pribadi. Sedangkan target sekundernya adalah masyarakat yang berasal dari luar Kota Bandung.

  Wilayah : Kota Bandung

  Propinsi : Jawa Barat

  Negara : Indonesia

  Kewarganegaraan : WNI

  Masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung (primer) masyarakat luar Kota Bandung (sekunder).

- Demografis, seperti komponen usia dan tahap daur hidup, jenis kelamin, dan pendapatan. Usia yang ditentukan dalam kampanye ini adalah usia 17 tahun (sudah memiliki SIM) sampai 35 tahun, usia pekerja. Usia yang ditentukan ini adalah pengguna kendaraan pribadi dan pemilik kendaraan pribadi. Sedangkan jenis kelaminnya adalah laki-laki dan perempuan.

  Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

  Usia : 17 - 35 tahun (sudah memiliki SIM dan usia dewasa yang dinilai masih mengikuti perkembangan)

  Pekerjaan : Mahasiswa, pegawai

  Pendapatan : 4 jt - 15jt /bln

- Psikografis, seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Kelas sosial pada kampanye uji emisi ini adalah masyarakat menengah atas (B+) dan kelas atas bagian bawah (A) yang memiliki mobil pribadi sebagai kebutuhan sekunder & tersier.

  Kelas sosial : Menengah atas (B+) dan kelas atas bagian bawah (A)

  Gaya hidup : Sederhana

  Kepribadian : Ceria, suka berkumpul

### 2.4.2 *Targeting*

Setelah segmentasi telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target yang telah kita pilih dalam analisa segmentasi pasar. Dalam hal ini tentu saja serangkaian program kampanye yang dilakukan harus pas dengan karakteristik pasar sasaran yang hendak kita tuju. Dalam kampanye ini yang dilakukan adalah menentukan tempat penempatan media.

### 2.4.3 *Positioning*

Definisi *positioning* menurut Al Ries & Jack Trout (2002) adalah sesuatu yang Anda lakukan terhadap pikiran calon konsumen, yakni menempatkan produk itu pada calon konsumen. *Positioning* dalam kampanye ini adalah menempatkan pesan kedalam pikiran masyarakat, yaitu pentingnya melakukan uji emisi kendaraan agar dapat mengetahui tingkat kerusakan kendaraan yang berdampak pada gas buang agar turut serta mengurangi jumlah polusi yang ada. Apabila *positioning* dilakukan dengan baik, maka tujuan dari kampanye akan lebih mudah tercapai.