

**LAPORAN PENELITIAN
(LIMITED CONTENT)**

**STRATEGI KOMUNIKASI “SAVE ELECTRICITY”:
PENINGKATAN KESADARAN (*AWARENESS*)
MASYARAKAT SURABAYA UNTUK MENGHEMAT
PENGUNAAN LISTRIK**



Oleh:

Jandy E. Luik, S.T.,M.A.Comms (06002)

Ir. Daniel Rohi, M.Eng.Sc (97030)

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI DAN JURUSAN TEKNIK ELEKTRO
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN FAKULTAS TEKNOLOGI
INDUSTRI
UNIVERSITAS KRISTEN PETRA**

2011
ABSTRAK

Strategi Komunikasi “Save ElectriCity”: Peningkatan kesadaran (*awareness*) masyarakat Surabaya untuk menghemat penggunaan listrik.

oleh Luik, Jandy E. dan Rohi, Daniel.

Komunikasi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*) individu. Jika konsep ini diterapkan dalam salah satu permasalahan kontemporer seperti menghemat penggunaan listrik, maka akan menghasilkan sebuah kajian yang memadukan konten kelistrikan dan komunikasi. Di tengah pertumbuhan kelistrikan di Indonesia, tentunya tidak boleh dilupakan bahwa natur sumber daya kelistrikan yang terbatas sehingga perlu adanya konservasi. Konservasi energi, yang mana listrik termasuk didalamnya, dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan teknologi dan behavioral. Pendekatan behavioral dicapai dengan melakukan motivasi dan peningkatan kesadaran (*awareness*) hemat listrik. Dengan melakukan survei kepada pelanggan listrik yang ada di wilayah Surabaya, maka terlihat bahwa kesadaran hemat listrik masih perlu ditingkatkan. Hal ini terlihat dari adanya gap antara pemahaman konsep sebesar 4,87, dari skala 1 sampai 5, dan pemahaman praktek sebesar 4,45. Apalagi, ditambah dengan adanya skor yang cukup tinggi (3,99) bagi kebiasaan-kebiasaan yang dianggap normal tetapi nyatanya tergolong tidak hemat listrik. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dirancang terbagi dalam dua bagian yaitu satu arah dan dua arah. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk merekduksi kebiasaan-kebiasaan tersebut dan mengurangi nilai gap. Temuan menarik lainnya adalah pengguna listrik tergolong dalam kategori pengguna aktif *mobile communication*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Save Electricity, Energy Awareness,

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam setiap aktivitas komunikasi, akan terjadi sebuah umpan balik dari penerima pesan. Sederhananya, umpan balik yang terjadi bisa sesuai atau tidak sesuai dengan harapan komunikator. Penyebabnya bisa berbagai macam faktor seperti kredibilitas komunikator, pesan yang disampaikan, ketertarikan penerima pesan, medium yang digunakan, dll. Jika konsep ini diterapkan dalam salah satu permasalahan kontemporer seperti penghematan dalam penggunaan listrik, maka akan menghasilkan sebuah kajian yang memadukan konten kelistrikan dan komunikasi. Untuk mencapai sebuah tindakan dari individu yang mengarah pada konservasi atau penghematan listrik, diperlukan aktivitas komunikasi yang tepat. Komunikasi yang tepat sehingga meningkatkan kesadaran (*awareness*) individu. Dimana kesadaran ini akan berujung pada tindakan penggunaan listrik yang berorientasi pada penghematan atau konservasi.

Konservasi energi, yang mana listrik termasuk didalamnya, dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan teknologi dan *behavioral* (Choong dkk, 2006). Secara teknologi, konservasi listrik dilakukan dengan menyediakan teknologi tambahan untuk melakukan konservasi atau efisiensi listrik secara otomatis. Pendekatan *behavioral* dicapai dengan melakukan motivasi, peningkatan kesadaran (*awareness*) dan peningkatan skill terkait konservasi atau penghematan penggunaan energi listrik. Konservasi energi merupakan suatu upaya yang perlu dilakukan karena adanya peningkatan penggunaan listrik dari tahun ke tahun (pertumbuhan rata-rata per tahun 7%) dan rasio elektrifikasi yang masih 65% (artinya masih 35% penduduk Indonesia yang belum menikmati listrik) serta adanya keterbatasan dalam penyediaan sumber daya listrik oleh PLN.

Dengan demikian, kondisi di atas menuntut adanya sebuah upaya untuk meningkatkan perilaku hemat listrik. Akan tetapi, perilaku hemat listrik ini tidak begitu saja muncul di masyarakat. Diperlukan sebuah rancangan strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hemat listrik. Apalagi, jika melihat dalam konteks masyarakat perkotaan seperti

masyarakat Surabaya, yang memiliki rasio elektrifikasi sebesar 99,79% (rasio elektrifikasi nasional hanya 65%).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana kesadaran masyarakat akan pentingnya menghemat energi listrik dalam kehidupan sehari-hari?
2. Bagaimana cara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan energi listrik?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kesadaran (*awareness*) masyarakat Surabaya mengenai penggunaan energi listrik
2. Merancang strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat Surabaya mengenai penggunaan energi listrik

1.4. Urgensi Penelitian

Energi listrik telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Indikator kemakmuran suatu masyarakat di tentukan oleh tingkat konsumsi energi listrik. Kebutuhan listrik terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan laju pertumbuhan ekonomi. Dimana pertumbuhan ekonomi dipicu oleh berbagai faktor, diantaranya industri dan komersial.

Salah satu persoalnya yang muncul adalah pertumbuhan produksi sektor kelistrikan di Indonesia masih jauh dari kebutuhan riil. Rasio elektrifikasi di Indonesia baru mencapai 65% artinya masih 35% penduduk di Indonesia yang belum menikmati listrik. Kebutuhan penggunaan listrik Indonesia bertumbuh rata-rata 7% setiap tahun. Target pemerintah pada tahun 2020 rasio elektrifikasi mencapai 100% atau semua penduduk Indonesia menikmati listrik. Konsekuensinya pemerintah terus membangun banyak pembangkit listrik. Pemilihan pembangkit yang akan dibangun selain potensi yang dimiliki, juga harus mempertimbangkan faktor lingkungan.

Pertumbuhan konsumsi listrik dipicu oleh faktor pertumbuhan penduduk di Indonesia. Jumlah penduduk di Indonesia menurut data dari Biro Pusat Statistik (BPS) diperkirakan berjumlah 231.000.000 jiwa pada tahun 2010 dan akan menjadi 293.000.000 pada tahun 2035. Pertumbuhan jumlah penduduk dengan rata-rata berkisar 0,89% -1,24% tentunya akan berdampak pada penggunaan berbagai sumber daya seperti lahan untuk pemukiman, untuk pertanian, industri, dll. Hal ini akan meningkatkan konsumsi energi, termasuk energi listrik.

Di sisi lain, pertumbuhan penyediaan energi listrik oleh PLN sampai dengan tahun 2015 adalah 272,952 GWh dengan target penjualan sebesar 257,401 GWh. Dengan pertumbuhan yang meningkat tersebut, maka penggunaan energi fosil masih menjadi primadona. Hal ini terlihat dari kebijakan energi nasional (energi mix) sampai tahun 2025 yang menempatkan ketergantungan kepada energi fosil sangat sebesar yakni 85%.

Komposisi penggunaan energi (energi mix) secara nasional adalah minyak bumi 26,2%, batubara 32,7% gas bumi 30,6%, panas bumi 3,8% dan sisanya adalah energi alternatif/energi baru terbarukan 4,4% (PLTMH 0,216%, PLTS 0,02%, PLT Angin 0,028%, Biomasa 0,766%, Biofuel 1,335%, nuklir 1,993%). Energi mix berdasar RKAP PLN tahun 2007, produksi energi listrik diperoleh dari Batubara 44%, bahan bakar minyak 23,7%, energi air 8,6%, panas bumi 3,1% dan gas alam 20,05%. Data di atas memberikan gambaran bahwa, sektor energi khususnya energi listrik menjadi salah satu penyumbang bagi persoalan lingkungan. Hal tersebut berdampak global yakni memperbanyak konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer yang akan menyebabkan pemanasan global. Dampak akhir dari permasalahan ini adalah terjadinya perubahan iklim dengan berbagai konsekuensinya. Tindakan mitigasi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan dua cara yakni pertama mengurangi ketergantungan sektor kelistrikan terhadap energi fosil dan melakukan efisiensi penggunaan energi listrik. Pengurangan terhadap energi fosil adalah dengan mencari alternatif pembangkit yang ramah lingkungan dan ekonomis. Untuk itu, perlu melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap jenis pembangkit tenaga listrik yang dipakai di Indonesia sehingga dapat menghasilkan pilihan yang rasional dan ekonomis serta berorientasi pada kelestarian lingkungan (Rohi, 2010).

Efisiensi penggunaan energi terkait dengan konsep hemat energi, hal ini harus dimulai dengan perubahan perilaku masyarakat

Terkait dengan konteks wilayah, Jawa Timur merupakan propinsi dengan populasi penduduk salah satu terbesar di Indonesia yakni mencapai 36 juta jiwa. Pelanggan listrik di Jawa Timur untuk kategori rumah tangga sebanyak 6.225.726 pelanggan. Sedangkan konsumsi listrik terbesar adalah kelompok industri sebesar 8.947.217 MWH, diikuti kelompok rumah tangga sebesar 7.107.287 MWH.

Salah satu kota terbesar di Jawa Timur dan Indonesia adalah Kota Surabaya. Rata-rata pertumbuhan penduduk Kota Surabaya pada tahun 2007 adalah sebesar 0,1172 dengan jumlah penduduk sebesar 2.720.156 jiwa dan jumlah rumah tangga sebesar 755.914. Rasio elektrifikasi kota Surabaya pada tahun 2007 adalah sebesar 99,79 persen (695.348 rumah tangga pelanggan) dengan jumlah pelanggan rumah tangga daya terpasang minimum 450 VA sebesar 118.428 rumah tangga. Dengan kondisi rasio elektrifikasi yang sangat tinggi dibanding nasional 60%, maka dapat disimpulkan bahwa kota Surabaya dapat dijadikan indikator penggunaan energi listrik.

Energi listrik telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Indikator kemakmuran suatu masyarakat di tentukan oleh tingkat konsumsi energi listrik. Kebutuhan listrik terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan laju pertumbuhan ekonomi. Dimana pertumbuhan ekonomi dipicu oleh berbagai faktor, diantaranya industri dan komersial.

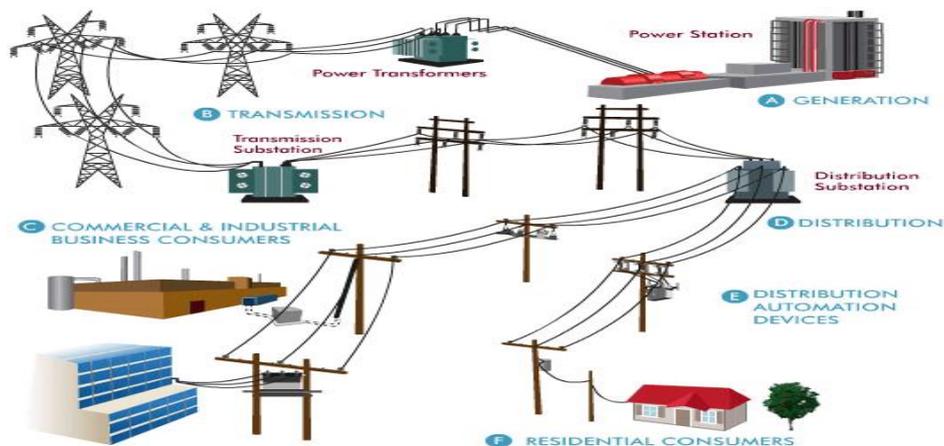
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Listrik dan Penggunaannya

Energi listrik dihasilkan oleh berbagai energi potensial seperti energi fosil yakni batu bara, minyak bumi dan gas alam. Juga energi yang dapat diperbaharui seperti air, angin, matahari, panas bumi, dll. Energi fosil paling banyak digunakan sebagai pembangkit listrik. Karena energi fosil paling mudah dikonversi, andal dan ekonomis.

Secara sederhana prinsip kerja dari pembangkit listrik adalah energi potensial berupa energi fosil dan energi yang terbarukan diubah menjadi listrik dengan cara memutar turbin generator listrik. Dari perputaran generator akan terjadi perpotongan medan magnet untuk kemudian menghasilkan gaya gerak listrik. Gaya gerak listrik berupa tegangan. Tegangan yang dihasilkan akan dinaikkan oleh trafo yang kemudian ditransmisikan. Daya listrik yang ditransmisikan akan didistribusikan sampai ke konsumen. Konsumen energi listrik berupa konsumen domestik, konsumen industri, konsumen perdagangan dan konsumen sosial. Secara lengkap seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Skema Jaringan Listrik

Kebutuhan akan energi listrik berkebang seiring dengan perkembangan ekonomi dan pertumbuhan penduduk. Energi listrik sebagai penggerak utama

industrialisasi. Proses industrialisasi telah membuka peluang akan konsumsi energi listrik yang tinggi. Proses untuk menghasilkan energi listrik mulai dari pembangkitan, penyaluran, pendistribusian sampai ke konsumen merupakan sebuah mata rantai. Dalam setiap mata rantai tersebut keberadaan energi listrik memberikan dampak pada terganggunya keseimbangan lingkungan hidup.

Kebutuhan akan energi di Indonesia mencakup berbagai aspek kehidupan yakni: industri, rumah tangga, transportasi, dan komersial. Dilihat dari urutan besar penggunaannya (data tahun 2003) sektor industri menempati urutan pertama yaitu sebesar 188,14 ribu Setara Bahan-Bakar Minyak (SBM), disusul oleh sektor transportasi sebesar 185,90 ribu SBM dan sektor rumah tangga sebesar 114,97 ribu SBM. Sedangkan urutan besarnya kebutuhan energi menurut jenisnya di tahun yang sama adalah BBM sebesar 329,82 ribu SBM, gas bumi sebesar 63,82 SBM, listrik 55,48 SBM, batubara 31,13 ribu SBM, dan LPG sebesar 8,77 ribu SBM.

Pemicu dari peningkatan kebutuhan energi salah satunya disebabkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk dalam suatu negara dan juga tergantung pada Produk Domestik Bruto (PDB) dari negara tersebut. Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk Indonesia tahun 2010 diprediksi sebesar 231 juta jiwa, di mana konsentrasi penduduk terbesar ada di pulau Jawa, disusul dengan Sumatra dan Kalimantan

Jumlah penduduk yang besar merupakan acuan dalam merencanakan kebutuhan akan energi khususnya energi listrik. Sebagaimana diketahui rasio elektrifikasi di Indonesia saat ini sebesar 65% artinya masih terdapat 35% penduduk Indonesia belum menikmati listrik. Pemerintah berencana meningkatkan rasio elektrifikasi menjadi 80% di tahun 2014.

Kebutuhan listrik sektor industri di Pulau Jawa jauh lebih tinggi dibanding dengan kebutuhan sektor rumah tangga, meskipun bila dihitung dari jumlah pelanggan, sektor rumah tangga (43,5 juta pd tahun 2009) menempati urutan pertama yaitu sebesar 80%. Bila dibandingkan dengan jumlah seluruh rumah tangga Indonesia yang sebesar 65.38 juta (2009), maka hanya 66,5% rumah tangga di Indonesia yang menikmati energi listrik.

Kebutuhan energi listrik yang terus meningkat mengakibatkan krisis listrik di Indonesia terkait dengan ketidakseimbangan antara ketersediaan energi listrik

dan kebutuhan. Kondisi ini mengakibatkan pemadaman bergilir sering terjadi di berbagai daerah di Indonesia. Kondisi ini diperparah dengan ketergantungan pembangkit listrik di Indonesia terhadap bahan bakar minyak (BBM), saat harga BBM dunia meningkat, maka biaya produksi listrik juga bertambah, selain itu peralatan pembangkit yang sudah tua semakin membuat produksi listrik kurang efisien.

Selain itu, kondisi pembangkit listrik di Indonesia mayoritas masih menggunakan energi fosil sebagai penggerak utama. Penggunaan energi fosil menghasilkan gas rumah kaca. Keberadaan gas rumah kaca tersebut akan memicu pemanasan global yang akan berdampak pada perubahan iklim. Perubahan iklim telah menimbulkan kerugian di hampir semua sektor kehidupan dan berdampak global.

Untuk kondisi Indonesia krisis listrik dapat diatasi dengan dua pendekatan. Pertama pendekatan teknologi. Melalui penggunaan teknologi yang memungkinkan energi listrik dapat dihemat secara otomatis. Kedua melalui pendekatan manusia. Hal ini diawali dengan peningkatan penyadaran agar manusia dapat menggunakan listrik secara bertanggungjawab.

2.2 Kesadaran Energi Listrik

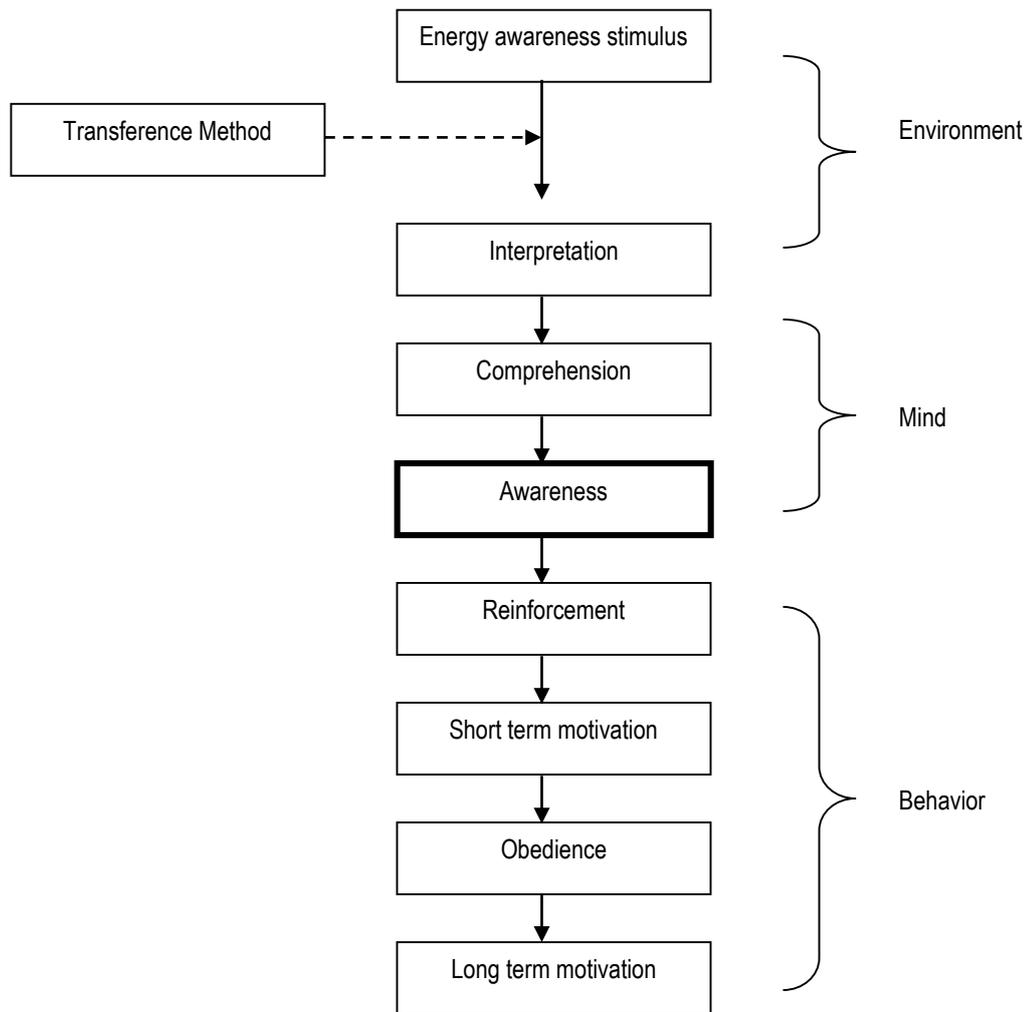
Sejalan dengan kerangka stimulus-organisme-respon (Effendy, 2004), ketika adanya stimulus dari luar maka individu/masyarakat akan memberikan respon. Dimana respon bisa berupa respon secara kognitif, afektif, maupun konatif. Dalam konteks ini, sebelum mencapai konatif maka terlebih dahulu menyentuh aspek kognitif. Dimana pada aspek kognitif, salah satu elemen yang penting adalah kesadaran (*awareness*).

Dari kerangka di atas, Choong dkk (2006) memberikan sebuah tawaran model umum dalam memberikan kesadaran. Akan tetapi, model ini harus diterapkan secara kontekstual di setiap masyarakat. Ini diperlukan karena setiap masyarakat memiliki praktek dan budaya yang khusus.

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2004). Sehingga yang menjadi perhatian dalam strategi komunikasi adalah pesan tersampaikan dengan jelas dan tepat kepada target komunikasi. Terlebih lagi, pesan yang disampaikan bisa meningkatkan kesadaran (*awareness*) dari komunikasi. Dalam merancang sebuah strategi komunikasi, perlu diperhatikan beberapa aspek:

- Sasaran komunikasi
Mengenali sasaran komunikasi sangat diperlukan untuk mengetahui karakteristik dan pola komunikasinya.
- Media komunikasi
Setiap medium memiliki ‘bahasa’ tersendiri yang dimaknai dengan karakteristiknya (Luik, 2010). Sehingga penentuan medium yang dipakai juga perlu disesuaikan dengan target komunikasi dan tujuan yang ingin dicapai.
- Tujuan pesan komunikasi
Tujuan harus diarahkan pada informatif, persuasif, atau instruktif. Hal ini akan berkaitan dengan penggunaan isi pesan dan lambang.
- Komunikator
Tentulah kredibilitas dan kapabilitas komunikator menjadi sebuah hal yang harus disesuaikan dengan karakteristik pesan dan sasaran komunikasi.

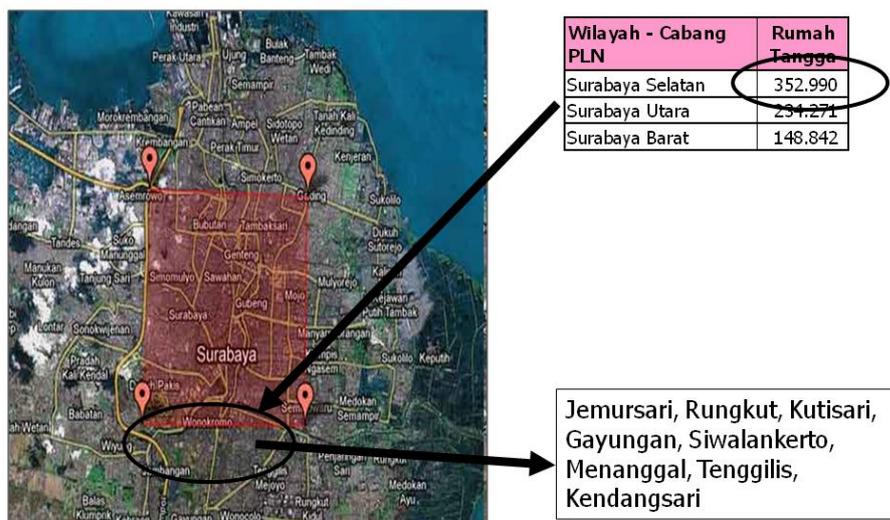


Gambar 2. Kerangka konseptual energy awareness development process (Choong.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

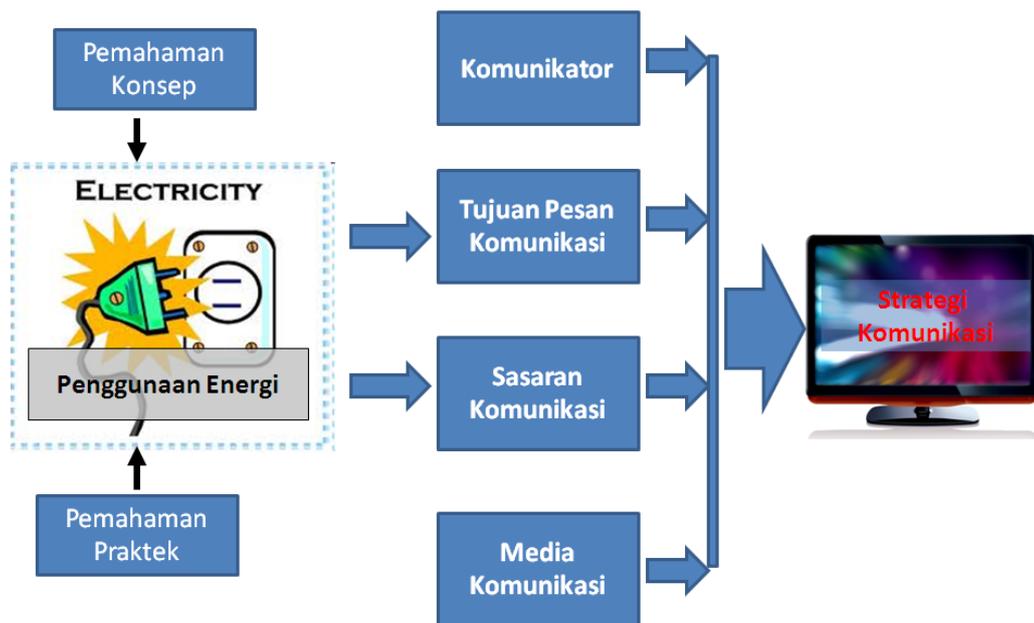
Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Jumlah pelanggan listrik di kota Surabaya sebanyak 744.103 rumah tangga, yang terbagi dalam tiga wilayah berdasarkan lingkup kerja Perusahaan Listrik Negara (PLN) yakni Surabaya Selatan sebanyak 352.990 Rumah Tangga, Surabaya Utara sebanyak 234.271 Rumah Tangga dan Surabaya barat sebanyak 148.842 Rumah Tangga. Fokus penelitian ini hanya pada wilayah Surabaya Selatan. Hal ini dilakukan karena Surabaya selatan merupakan populasi pelanggan terpadat. Ada perbedaan dalam pembagian wilayah layanan yang dimiliki oleh PLN dan wilayah administratif. Misalkan, cabang PLN Surabaya Selatan melayani wilayah-wilayah yang ada di Surabaya Selatan dan Sidoarjo. Untuk kepentingan penelitian ini, maka peneliti hanya memfokuskan pada wilayah administratif Surabaya Selatan. Daerah yang diteliti di wilayah Surabaya selatan meliputi; Jemursari, Rungkut, Kutisari, Gayungan, Siwalankerto, Menanggal, Tenggilis, dan Kendangsari. Sedangkan pelanggan yang dipilih mencakup semua jenis yakni R-1, R-2 dan R-3.



Gambar 3 Lokasi Penelitian

3.2 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian ini dibangun dengan asumsi bahwa perilaku hemat energi listrik dikendalikan oleh dua faktor utama yakni pertama, pemahaman pelanggan akan konsep mengenai hal-hal yang terkait dengan proses penyediaan energi listrik dan dampak-dampak lingkungan yang diakibatkan oleh konsumsi yang berlebihan terhadap energi listrik. Kedua, pemahaman mereka mengenai pakatek atau perilaku hemat energi. Pemahaman tentang perilaku ini terkait dengan pengertian bahwa perilaku yang dipraktikkan memberikan dampak pada upaya penghematan.



Gambar 5 Kerangka Berpikir Penelitian

Setelah mengetahui pemahaman tersebut, maka akan dilakukan desain strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi tersebut dipengaruhi oleh empat faktor utama yakni orang yang akan mengkomunikasikan pentingnya menghemat energi listrik, tujuan yang hendak dicapai dalam proses komunikasi, sasaran dari komunikasi atau khalayak yang akan menerima pesan dan yang terakhir adalah media yang akan digunakan sehingga pesan tersebut dapat disalurkan dan tepat sasaran. Keempat faktor tersebut akan diketahui lewat respon

yang diberikan oleh para pelanggan yang menjadi unit analisis penelitian ini. Secara skematik, kerangka pikir penelitian seperti pada gambar 5.

3.3 Metode dan Tahapan Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Statistika deskriptif yaitu suatu metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Pengklasifikasian menjadi statistika deskriptif dilakukan berdasarkan aktivitas yang dilakukan. Adapun tahapan penelitian seperti pada gambar 6.

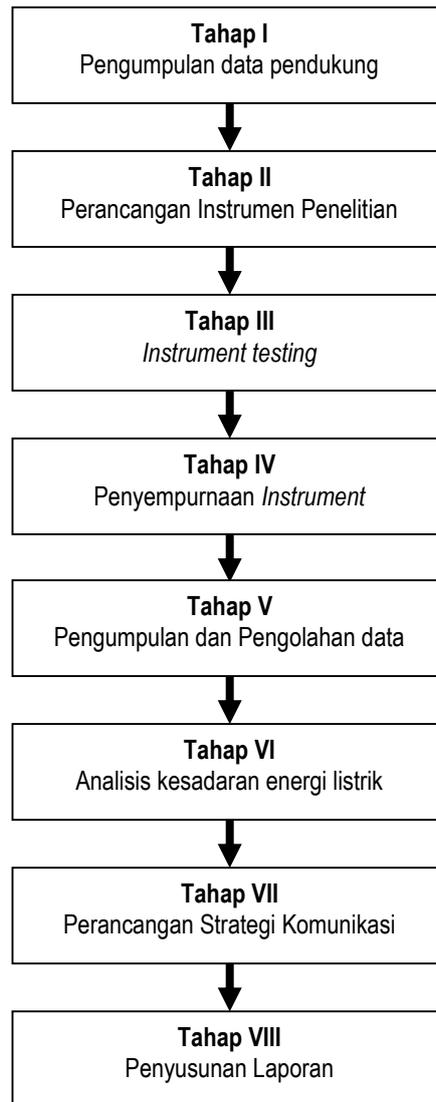
Tahap I. Pengumpulan Data pendukung. Tahapan ini akan dilakukan dengan mencari data-data pendukung mengenai penggunaan energi listrik berdasarkan kelas-kelas penggunaan yaitu industri, sosial, domestik, dan komersial. Beberapa data lain yang dibutuhkan adalah penelitian-penelitian pendukung dan juga beberapa instrumen yang telah digunakan oleh beberapa organisasi maupun individu.

Tahap II. Perancangan Instrumen Penelitian. Perancangan instrumen penelitian dilakukan dengan melakukan pre-riset terhadap beberapa instrument yang pernah dipakai. Selain itu, dilakukan juga penyesuaian dengan kondisi subjek penelitian. Luaran dari tahapan ini adalah draft kuisisioner

Tahap III Instrument testing. Tahap ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner ke beberapa responden. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengetahui respon dan mendapatkan umpan balik mengenai draft kuisisioner. Luaran dari tahapan ini adalah 10 kuisisioner yang telah terisi

Tahap IV Penyempurnaan Instrumen. Tahap ini merupakan tahap perbaikan draft kuisisioner. Luarannya adalah kuisisioner yang siap dibagikan ke 100 responden.

Tahap V Pengumpulan dan Pengolahan Data. Pengumpulan data dilakukan dengan memadukan 2 cara yaitu penyebaran kuisisioner dan melakukan wawancara kepada responden atau beberapa pihak terkait seperti pengguna dari sektor lainnya, penyedia listrik dan praktisi komunikasi. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Luaran dari tahap ini adalah tabel frekuensi, analisis rata-rata dan penyajian data secara grafis.



Gambar 6. Tahapan Penelitian

Tahap VI Analisis Kesadaran Energi Listrik. Analisis kesadaran energi listrik akan dilakukan dengan mengelompokkan data-data yang telah diolah, kemudian dicari anomali atau benang merah dari data-data yang ada. Setelah itu akan dikaitkan dengan kondisi lapangan dan literatur yang dipakai. Luaran dari analisis ini adalah tingkat kesadaran masyarakat Surabaya.

Tahap VII Perancangan Strategi Komunikasi. Dilakukan dengan mengambil masukan dari hasil analisis, kondisi masyarakat, dan hasil wawancara. Luarnya adalah strategi komunikasi.

Tahap VIII Penyusunan Laporan. Laporan disusun untuk siap dipresentasikan dan dipublikasikan .

3.4 Metode Pengambilan Data

Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode survei. Metode survei dilengkapi dengan instrumen pengukuran berupa kuisisioner. Kuisisioner yang dirancang dalam penelitian ini menggunakan dua jenis skala pengukuran yaitu ordinal (skala Likert 5 poin) dan skala nominal. Secara umum, kuisisioner ini terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu Identitas Responden, Penggunaan Listrik, dan Penggunaan Media Komunikasi. Identitas responden diukur dengan skala nominal. Pengukuran pemahaman konsep dan praktek penggunaan energi listrik dilakukan dengan menyediakan 15 pernyataan berskala ordinal yang akan dijawab oleh responden. Sementara itu, untuk mengukur penggunaan media komunikasi, maka digunakan 9 item pertanyaan berskala nominal dan ordinal. Kuisisioner ini disebarakan secara *purposive* kepada 100 orang responden yang tersebar di wilayah Surabaya Selatan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan-temuan di lapangan dan analisis yang telah dilakukan, maka terlihat bahwa kesadaran menghemat energi listrik untuk masyarakat Surabaya, dalam hal ini wilayah sampling Surabaya Selatan sudah cukup baik. Terjadi kesenjangan yang tidak terlalu besar antara nilai pemahaman konseptual dengan nilai pemahaman praktikal dari indikator penggunaan energi listrik. Selain itu, nilai pemahaman konsep dan praktek juga berada pada level yang cukup tinggi. Akan tetapi, ada beberapa hal penting yang perlu diperbaiki, khususnya pada praktek-praktek yang selama ini menjadi kebiasaan dan dipersepsi tidak berlawanan dengan konsep menghemat listrik.

Khusus untuk peningkatan kesadaran energi listrik, ada beberapa praktek spesifik yang perlu digiatkan dalam prose komunikasi. Beberapa praktek tersebut seperti mematikan lampu taman/beranda ketika keluar rumah di malam hari, menggunakan peralatan hemat listrik, mengurangi standby-mode, memeriksa meteran listrik, dan mematikan lampu kamar mandi ketika tidak menggunakan di malam hari. Sementara untuk indikator-indikator lainnya perlu dipertahankan.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang ditawarkan dalam penelitian ini akan mencakupi masukan dari temuan penggunaan energi listrik. Tentunya pesan spesifiknya adalah berbagai praktek-praktek yang memiliki skor yang rendah, dimana tujuannya adalah meningkatkan kesadaran hemat listrik. Komunikator yang disarankan adalah publik figur seperti artis yang seakan-akan dekat ataupun birokrat yang profesional/kredibel di bidang energi listrik. Media yang dominan bagi responden adalah Televisi, Surat Kabar dan *Handphone*.

Strategi komunikasi bisa dilakukan melalui komunikasi satu arah atau pun dua arah. Jika komunikasi dilakukan secara satu arah maka Iklan Layanan Masyarakat bisa menjadi salah satu alternatif. Pilihan lain adalah dengan memaksimalkan komunikasi *mobile* seperti menggunakan SMS Center. Sedangkan untuk komunikasi dua arah bisa dilakukan dengan komunikasi tatap muka seperti penyuluhan atau mengarahkan pada *word of mouth*.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang bisa menjadi saran untuk langkah selanjutnya:

1. Jika langkah selanjutnya akan diarahkan pada level praktikal, maka perlu diimplementasikan strategi ini dalam level mikro, misalkan di lokasi tertentu.
2. Jika langkah selanjutnya pada level kajian, maka penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan menggunakan konsep yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Misalkan dengan memilah aktivitas-aktivitas produktif ataupun tidak produktif. Penelitian korelasional juga bisa menjadi alternatif pengembangan.
3. Penelitian dengan metode lain seperti etnografi atau metode kualitatif lainnya bisa dilakukan untuk mendapatkan kedalaman hasil analisis.

DAFTAR REFERENSI

- Choong Weng Wai, Abdul Hakim Mohammed & Buang Alias. (2006). Energi Conservation: A Conceptual Framework of Energi Awareness Development Process. *Malaysia Journal of Real Estate*. 1(1): 58-67
- Departemen ESDM Indonesia (2008), Handbook Statistik Ekonomi Energi di Indonesia 2006, <http://www1.esdm.go.id/files/publikasi/buku/Handbook%20Statistik%20Ekonomi%20Energi%202006.pdf>
- Effendy, Onong Uchana. (2004). Ilmu Komunikasi: teori dan praktek. Bandung: P.T Remaja Rosdakarya.
- Luik, Jandy. (2009). Media dan Perubahan Iklim: Aplikasi Medium Komunikasi Terkini dalam Mengkomunikasikan Mitigasi dan Adaptasi Perubahan Iklim. Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Hidup, Departemen Matakuliah Umum Universitas Kristen Petra.
- Rakhmat, Jalaludin. (2004). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohi, Daniel. (2010). Pengembangan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) Sebagai Upaya Mitigasi Pemanasan Global di Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Hidup, Departemen Matakuliah Umum Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Silalahi, Uber.* (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Soebagio Atmonobudi. (2010). “Penyediaan Energi Nasional secara Berkelanjutan dalam Menyikapi Perubahan Iklim, Seminar Nasional Lingkungan Hidup, Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Lampiran

Lampiran 1. Hasil olahan per pertanyaan penggunaan energi.

| No | Pemahaman Perilaku | Mean |
|----|---|------|
| 1 | Penting menghemat Listrik | 4,95 |
| 2 | Hemat listrik untuk menjaga kelestarian lingkungan | 4,89 |
| 3 | Meminta anggota keluarga untuk menghemat penggunaan listrik | 4,79 |
| 4 | Sumber energi pembangkit listrik adalah terbatas | 4,78 |
| 5 | Mau menggunakan peralatan yang hemat listrik | 4,73 |
| 6 | Memadamkan peralatan elektronik ketika tidak menggunakan | 4,71 |
| 7 | Memadamkan peralatan listrik ketika Anda tidak menggunakan | 4,66 |
| 8 | Ketika keluar rumah, semua lampu dipadamkan | 4,64 |
| 9 | Meminta orang lain untuk menghemat penggunaan listrik | 4,62 |
| 10 | Memilih stand-by mode untuk peralatan listrik | 4,48 |
| 11 | Lampu beranda/taman tidak dipadamkan ketika keluar rumah. | 4,33 |
| 12 | Mencabut charger alat elektronik dari <i>power source</i> | 4,32 |
| 13 | Bersedia membayar lebih untuk membeli peralatan hemat listrik | 4,03 |
| 14 | Sering melihat meteran penggunaan listrik | 3,53 |
| 15 | Pada malam hari, lampu kamar mandi terus dinyalakan | 3,15 |