

Menggali Makna 'Green Lifestyle' : Studi Fenomenologi Persepsi dan Pengalaman Milenial Mengadopsi Mobil Listrik di Perkotaan

¹Citra Pratiwi, ²Susi Yunarti

¹²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Alamat: ¹²Jl. Pangeran Diponegoro No.74, RT.2/RW.6, Kenari, Kec.Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1043

E-mail: citra.pratiwi@upi-yai.ac.id , susi.yunarti@upi-yai.ac.id

Abstrak

Generasi milenial menjadi kelompok yang dianggap lebih sensitif terhadap masalah keberlanjutan dan gaya hidup hijau. Tujuan penelitian ini adalah menggali makna subjektif 'green lifestyle' melalui persepsi dan pengalaman milenial terhadap adopsi mobil listrik; mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong adopsi EV di lingkungan perkotaan; dan memberikan wawasan untuk pengembangan kebijakan dan strategi promosi gaya hidup hijau di kalangan milenial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori persepsi, dan teori atribusi. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Metode ini berfokus pada pemahaman menyeluruh terhadap latar dan subjek yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman hidup (*lived experience*) milenial dengan mobil listrik menentukan makna gaya hidup hijau. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa transisi menuju transportasi berkelanjutan bergantung pada pemahaman kebijakan dan teknologi serta pengalaman dan makna subjektif pengguna. Temuan ini diharapkan memberi masukan untuk membuat kebijakan dan pendekatan komunikasi yang lebih kontekstual, khususnya untuk mendorong gaya hidup hijau dan adopsi mobil listrik di kalangan generasi milenial yang tinggal di kota-kota besar. Generasi milenial memahami penggunaan mobil listrik sebagai simbol perubahan kebiasaan, identitas ekologis, dan pembelajaran gaya hidup berkelanjutan.

Kata Kunci : *Greenlifestyle, Persepsi, Atribusi, Milenial, Mobil Listrik*

Abstract

The millennial generation is considered to be more sensitive to sustainability and green lifestyle issues. The purpose of this study is to explore the subjective meaning of 'green lifestyle' through millennials' perceptions and experiences of electric car adoption; identify factors driving EV adoption in urban environments; and provide insights for developing policies and strategies for promoting a green lifestyle among millennials. The theories used in this study are perception theory and attribution theory. This study applies qualitative research methods. This method focuses on a comprehensive understanding of the background and subjects studied. The results of this study indicate that millennial's lived experiences with electric cars determine the meaning of a green lifestyle. Thus, this study confirms that the transition to sustainable transportation depends on an understanding of policy and technology as well as the subjective experiences and meanings of users. These findings are expected to provide input for creating more contextual policies and communication approaches, particularly to encourage a green lifestyle and electric car adoption among millennials living in large cities. Millennials understand the use of electric cars as a symbol of changing habits, ecological identity, and learning about sustainable lifestyles.

Keywords: *Green lifestyle, Perception, Attribution, Millennials, Electric Cars*

1. PENDAHULUAN

Generasi milenial terutama di kota-kota besar, menjadi kelompok yang dianggap lebih sensitif terhadap masalah keberlanjutan dan gaya hidup hijau. Milenial memilih untuk menggunakan mobil listrik bukan hanya pilihan yang praktis; itu adalah simbol dari nilai-nilai mereka, identitas mereka, dan komitmen mereka terhadap lingkungan. Namun, penelitian empiris—terutama dari sudut pandang fenomenologis—masih sangat sedikit tentang bagaimana milenial melihat kendaraan listrik sebagai bagian dari gaya hidup hijau. Penelitian yang melihat dinamika simbolis, pengalaman subjektif, dan persepsi yang memengaruhi adopsi mobil listrik hanya melakukan sedikit penelitian. Ini juga membuka jalan untuk penelitian yang lebih mendalam dan kontekstual.

Ketergantungan masyarakat pada kendaraan bermotor, baik mobil maupun sepeda motor, telah meningkat sebagai akibat dari kemajuan dalam sistem transportasi modern. Ketergantungan pada kendaraan berbahan bakar fosil menyebabkan berbagai masalah sosial dan lingkungan, termasuk kemacetan, kenaikan harga bahan bakar, dan konsekuensi ekologis seperti meningkatnya emisi karbon yang mempercepat perubahan iklim. Pada tahun 2019, kendaraan berbahan bakar fosil berkontribusi hampir seperempat dari emisi karbon global. Meskipun demikian, pergeseran ke sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan semakin penting karena peningkatan kebutuhan energi dan penggunaan sumber daya tak terbarukan.

Masalah polusi udara dan perubahan iklim menjadi masalah utama saat ini. Akibatnya, orang mulai mengadopsi "gaya hidup hijau", yang merupakan gaya hidup yang ramah lingkungan. Generasi milenial, yang berasal dari generasi yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, sering kali menjadi pelopor dalam mengadopsi teknologi hijau, termasuk mobil listrik (EV). Namun, adopsi EV di kota-kota juga bergantung pada hal-

hal subjektif seperti persepsi nilai, pengalaman pribadi, dan makna sosial.

Gaya hidup hijau, yang juga dikenal sebagai "gaya hidup ramah lingkungan", menjadi semakin populer karena tuntutan untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan meningkatkan kualitas udara di kota-kota besar. Salah satu manifestasi nyata dari gaya hidup ini adalah adopsi kendaraan listrik sebagai pengganti mobil dengan mesin pembakaran internal. Meskipun adopsi EV di Indonesia terus meningkat, ada masalah infrastruktur dan persepsi publik yang signifikan, seperti harga dan ketersediaan stasiun pengisian, yang memengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan sehari-hari. Dalam konteks transisi yang kompleks, upaya perusahaan dan pemerintah untuk memperluas infrastruktur (seperti rencana pemasangan stasiun pengisian besar-besaran oleh beberapa produsen) menunjukkan momentum.

Kendaraan listrik mulai dianggap sebagai solusi yang lebih berkelanjutan sebagai tanggapan terhadap krisis lingkungan dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan. Keunggulan mobil listrik termasuk efisiensi energi, emisi yang rendah, dan kemampuan untuk memanfaatkan energi terbarukan. Kendaraan listrik semakin populer di seluruh dunia, dan diproyeksikan akan mendominasi pasar transportasi di masa depan. Misalnya, pangsa pasar mobil listrik di Eropa meningkat sebesar 44% dan mencapai 26%, menunjukkan tren adopsi yang semakin kuat.

Penerapan konsep bangunan ramah lingkungan merupakan upaya mengurangi dampak gas rumah kaca yang diharapkan dapat mengurangi dampak negatif dari perubahan iklim (Prihanto, 2021). Selain itu, penggunaan listrik sebagai pengganti bahan bakar fosil memungkinkan pengurangan emisi CO₂ dari kendaraan bermotor. Sejak diperkenalkan pertama kali oleh Robert Anderson dari Skotlandia pada tahun 1832–1839, kendaraan ini memiliki banyak keunggulan, termasuk menjadi

lebih efisien, ramah lingkungan, dan hemat biaya. Kapasitas baterai, ketersediaan infrastruktur pengisian daya, dan biaya produksi yang lebih tinggi adalah masalah lainnya (Kumpanan, 2023). <https://kumpanan.com/berita-update/3-jenis-teknologi-otomotif-dalam-penerapan-mobil-listrik-21C2vdoFxcz>.

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk mendorong penggunaan kendaraan listrik lebih banyak, seperti Perpres No. 55/2019 dan kebijakan turunannya, seperti PP 73/2019 dan PMK 38/2023, yang mengatur insentif pajak dan keringanan PPN untuk kendaraan listrik. Namun demikian, persepsi harga yang tinggi, keterbatasan insentif yang dianggap tidak efektif, dan kurangnya ketersediaan infrastruktur pengisian daya seperti SPKLU membuat adopsi EV masih sangat terbatas. PLN memperkirakan kebutuhan SPKLU akan meningkat, dengan target 16.000 unit pada tahun 2025 dan 65.000 unit pada tahun 2030, menunjukkan betapa pentingnya penguatan infrastruktur yang mendukung EV di Indonesia.

Tingkat adopsi EV masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pasar, meskipun berbagai kebijakan telah dibuat. Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh komponen psikologis dan sosial seperti persepsi masyarakat, pengetahuan tentang manfaat lingkungan, dan pengalaman penggunaan. Penjualan mobil listrik meningkat sebesar 557% pada semester I 2023 menurut data Gaikindo, tetapi ini masih jauh dari penetrasi ideal mengingat banyaknya mobil konvensional di Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya yaitu "makna mobilitas hijau dari sudut pandang pengguna mobil listrik di Bandung" telah mendapat perhatian luas di seluruh dunia, terutama di bidang transportasi. Dengan ekosistem kendaraan listrik yang berkembang di Bandung yang menunjukkan tren yang positif untuk adopsi kendaraan listrik di Indonesia, kendaraan listrik (EV) adalah langkah menuju

pencapaian emisi nol (Ferrari, Yanuar, Reza, Ernanda, Yanuar R, 2024).

Selanjutnya, penelitian ini dapat membantu pengambil kebijakan membuat strategi yang lebih ramah lingkungan untuk mendorong perilaku konsumen yang lebih ramah lingkungan (Hijrah, Hakim, Hikmah, Nurrohman, Nadroh, 2025).

Dalam penelitian ini mengidentifikasi dan menjelaskan perilaku atau fenomena yang ada di masyarakat, khususnya tentang persepsi atau pandangan generasi millennial terhadap Wuling, merek mobil baru dari China yang hadir di Indonesia (Yuniar, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka Pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Bagaimana persepsi milenial terhadap 'green lifestyle' dalam konteks adopsi mobil listrik di perkotaan?
2. Apa pengalaman subjektif milenial saat mengadopsi mobil listrik, termasuk tantangan dan motivasi yang mereka hadapi?
3. Bagaimana makna 'green lifestyle' terbentuk melalui pengalaman tersebut?

Sementara, tujuan dari penelitian yang dilaksanakan, yaitu:

1. Menggali makna subjektif 'green lifestyle' melalui persepsi dan pengalaman milenial terhadap adopsi mobil listrik.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong adopsi EV di lingkungan perkotaan.
3. Memberikan wawasan untuk pengembangan kebijakan dan strategi promosi gaya hidup hijau di kalangan milenial.

2. LANDASAN TEORI

A. Perception Theory (Teori Persepsi)

Dalam ilmu sosial dan komunikasi, persepsi dipahami sebagai proses subjektif yang dipengaruhi faktor pengalaman,

budaya, nilai, dan konteks sosial, yang menyebabkan dua individu dapat menafsirkan stimulus yang sama secara berbeda. (Siregar, 2024).

Teori persepsi mutakhir (2020–2025) menekankan bahwa persepsi adalah hasil interaksi antara input sensorik dan prediksi internal otak (top-down). Artinya, persepsi bukan sekadar “melihat dunia apa adanya”, tetapi otak memprediksi lalu menafsirkan rangsangan berdasarkan pengalaman sebelumnya (Garner, 2024; Yon, 2025).

Teori persepsi pada periode memandang persepsi sebagai proses kognitif, biologis, dan konstruktif, yakni bagaimana individu secara aktif menafsirkan rangsangan sensorik melalui mekanisme mental, neurologis, dan prediksi internal yang dipengaruhi pengalaman dan konteks sosial.

B. *Attributions Theory* (Teori Atribusi)

Teori Atribusi adalah teori psikologi sosial yang menjelaskan bagaimana individu menjelaskan penyebab perilaku mereka sendiri dan orang lain. Dikembangkan oleh Fritz Heider pada tahun 1958, teori ini membedakan atribusi internal (berasal dari sifat pribadi, seperti kepribadian atau kemampuan) dan atribusi eksternal (berasal dari faktor situasional, seperti lingkungan atau keberuntungan). Teori ini diperluas oleh Harold Kelley (teori atribusi kovariasi) dan Bernard Weiner (model atribusi untuk motivasi dan emosi), yang menekankan dimensi seperti lokus (internal/eksternal), stabilitas (stabil/tidak stabil), dan kontrolabilitas (kontrolabel/tidak kontrolabel). Teori ini penting dalam memahami motivasi, stereotip, dan hubungan interpersonal (Myers, D. G., & Twenge, J. M., 2021).

Penelitian kontemporer yang merujuk pada Heider menjelaskan bahwa atribusi merupakan proses mental untuk mengorganisasi informasi dan menilai penyebab perilaku pada konteks sosial.

Atribusi dipandang sebagai cara individu menciptakan makna terhadap tindakan melalui asumsi tentang motif dan intensi (Heider reinterpreted dalam studi psikologi sosial modern).

Penelitian terbaru yang mengembangkan model Weiner menyatakan bahwa Teori Atribusi berfokus pada penilaian individu terhadap sebab hasil (misalnya keberhasilan atau kegagalan), yang dipengaruhi oleh tiga dimensi:

1. Lokasi penyebab (internal/eksternal)
2. Stabilitas penyebab (stabil/tidak stabil)
3. Kontrolabilitas (dapat dikendalikan/tidak dapat dikendalikan)

Dalam konteks pendidikan, bisnis, dan media digital kontemporer, model ini banyak digunakan untuk menjelaskan persepsi konsumen dan motivasi individu (Weiner, 2020).

Teori Atribusi adalah teori yang menjelaskan bagaimana individu mengidentifikasi, menafsirkan, dan menjelaskan penyebab suatu perilaku atau peristiwa, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal, yang kemudian memengaruhi sikap, persepsi, dan respon sosial mereka.

C. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Menurut Ajzen TPB adalah model yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niatnya, yang terbentuk dari sikap positif atau negatif terhadap perilaku, tekanan sosial dari orang-orang penting, dan keyakinan tentang kemampuan untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2020).

Sedangkan menurut Fishbein & Ajzen, dalam edisi terbaru buku mereka, TPB digambarkan sebagai ekstensi dari TRA yang menambahkan kontrol perilaku yang dirasakan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kendali volitional, seperti perilaku yang

memerlukan sumber daya atau keterampilan (Fishbein & Ajzen, 2021).

D. Green Lifestyle & Green Consumerism

Green Lifestyle

Menurut Chwialkowska, green lifestyle adalah cara hidup yang melibatkan tindakan-tindakan yang berusaha meminimalkan atau menghilangkan dampak negatif perilaku manusia terhadap lingkungan — yang mencakup penggunaan sumber energi terbarukan, pembelian produk ramah lingkungan, serta kebiasaan non-konsumtif sederhana (mis. membawa botol minum sendiri, mengurangi penggunaan plastik) (Chwialkowska, Agnieszka, 2019).

Nguyen (review akademik) mendefinisikan *green lifestyle* (juga disebut *ecological lifestyle*) sebagai pola hidup modern yang bertujuan mengurangi sebisa mungkin dampak negatif manusia terhadap lingkungan. Konsep ini mencakup kegiatan pembelian produk ramah lingkungan dan perilaku non-pembelian yang pro-lingkungan (mis. mengurangi plastik sekali pakai, membawa tas belanja sendiri) (Ngyuen, Thien, 2020).

Pola hidup dan kebiasaan sehari-hari dirancang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti menggunakan produk ramah lingkungan, menghemat energi, mengurangi dan memilah sampah, dan melakukan hal-hal yang tidak konsumtif seperti membawa wadah sendiri dan mengurangi penggunaan ulang. Pengetahuan tentang lingkungannya, sikap dan prinsip, norma sosial, dan komunikasi (seperti influencer dan media sosial) semua memengaruhi adopsinya.

Green Consumerism

Green consumerism adalah kecenderungan konsumen memilih produk berkelanjutan sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan dan sosial.

Konsumerisme hijau dipandang sebagai jembatan antara perilaku individual dan perubahan praktik pasar (Kumar & Paul, 2022).

Green consumerism adalah praktik konsumsi yang melibatkan pertimbangan etika lingkungan, termasuk penilaian terhadap label hijau, sertifikasi, bahan ramah lingkungan, dan kredibilitas klaim keberlanjutan (Mbokane, 2023).

Green consumerism adalah perilaku konsumsi sadar lingkungan, di mana individu memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk berdasarkan kriteria ekologis seperti keberlanjutan bahan, efisiensi energi, etika produksi, dan dampak lingkungan. Konsep ini tidak hanya mencakup tindakan membeli, tetapi juga sikap, nilai, serta kepercayaan konsumen terhadap klaim ramah lingkungan.

E. Pendekatan Fenomenologi

Definisi dari Giorgi, Fenomenologi dijelaskan sebagai metode untuk menggambarkan pengalaman manusia secara mendalam, dengan tujuan mengungkap struktur esensial dari fenomena tersebut. Ini melibatkan reduksi fenomenologis (*phenomenological reduction*) untuk mengisolasi pengalaman murni dari bias budaya atau teoritis (Giorgi, 2020).

Definisi dari Smith, fenomenologi adalah pendekatan yang mengeksplorasi bagaimana individu mengalami dunia, dengan fokus pada "apa yang muncul" (*what appears*) dalam kesadaran, bukan pada penjelasan kausal eksternal. Ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami pengalaman seperti trauma atau identitas (Smith et al, 2021).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan Bogdan

dan Taylor (dalam Abdussamad, 2021:30), penelitian kualitatif merupakan suatu mekanisme penelitian yang memperoleh data dalam bentuk deskriptif dengan berbentuk kata-kata tertulis maupun lisan dari individu serta tingkah laku yang dapat dicermati. Metode ini berfokus pada pemahaman menyeluruh terhadap latar dan subjek yang diteliti. Penelitian ini melibatkan 1 orang Key Informan serta 10 orang Informan untuk menganalisis menggali makna 'Green Lifestyle' studi fenomenologi persepsi dan pengalaman milenial mengadopsi mobil listrik di Perkotaan. Data dilaksanakan dengan proses tanya jawab terhadap key informan dan informan. Teknik yang diterapkan dalam validasi data yaitu triangulasi sumber.

Hal ini bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang sistematis berdasarkan temuan yang dihasilkan, termasuk wawancara yang telah dilaksanakan sepanjang bulan Desember 2025.

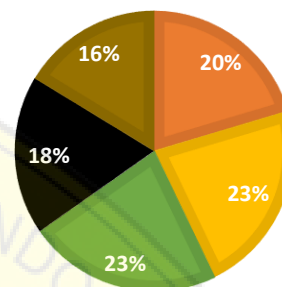
4.ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada 1 orang Key Informan dan 10 orang Inofrman, diperoleh hasil sebagai berikut:

Sesuai hasil wawancara bisa dideskripsikan dari key informan serta informan ialah sebagai berikut: Narasumber dalam penelitian ini adalah key informan merupakan pria yang berprofesi sebagai Pengusaha. Dan informan juga diklasifikasikan atas perempuan 5 orang serta pria 6 orang, karyawan, Karyawati serta Pengusaha, yang melaksanakan aktivitas yang menggunakan Mobil Listrik dengan kisaran umur yang mendominasi ialah 25 - 45 tahun.

MAKNA MOBIL LISTRIK BAGI MILENIALS

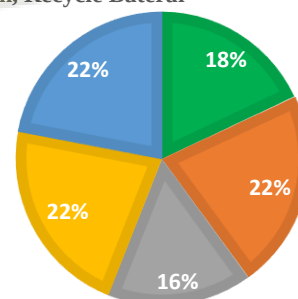
- Teknologi Baru, Unik, Menarik
- Ramah Lingkungan (Green Lifestyle)
- Efisien, Hemat Budget, Hemat Pajak
- Biaya operasional Murah
- Hemat Energi, Mengurangi Emisi



Gambar 1. makna Mobil Listrik bagi milenials

FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN MILENIALS MEMILIH MENGGUNAKAN MOBIL LISTRIK

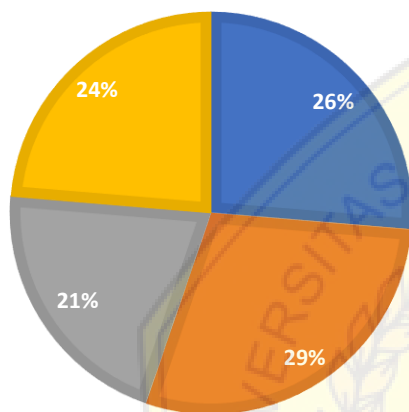
- Ramah Lingkungan
- Hemat Energi, Mengurangi Emisi
- Sumberdaya Yang Baik
- Konsumsi Listrik dengan Menggunakan baterai Lebih Realistis
- EV Langkah Maju, Ekosistem Listrik Lebih Bersih, Recycle Baterai



Gambar 2. faktor yang menjadi pertimbangan milenials memilih Menggunakan Mobil Listrik

TANTANGAN SERTA PENGALAMAN TERKAIT KETERSEDIAAN INFRASTRUKTUR PENGISIAN DAYA (SPKLU) YANG DIHADAPI DALAM PENGGUNAAN MOBIL LISTRIK SEHARI - HARI

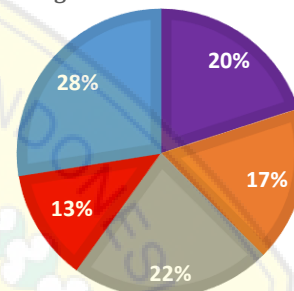
- Sangat Mengesankan Dan Marvelous, Aneh Tapi Enak Akselerasi Responsif
- Biaya Harian Turun, Tanpa Ada Polusi
- EV Bikin Mikir Planning Untuk Lebih Teratur , Kebiasaan Baru Ingat Charger
- Perjalanan Jauh Harus Planning Lebih Matang



Gambar 3. Tantangan Serta Pengalaman Terkait Ketersediaan Infrastruktur Pengisian Daya (SPKLU) Yang Dihadapi Dalam Penggunaan Mobil Listrik Sehari - hari

PENDAPAT MILENIAL BERNIAT UNTUK TERUS MENGGUNAKAN MOBIL LISTRIK DALAM JANGKA PANJANG

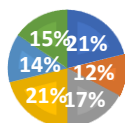
- Selama Infrastrukturnya Makin Baik Dan Dukungan After Sales Jelas
- Cocok Untuk Rutinitas Perkotaan
- Menggunakan Mobil Listrik Merasa Menjadi Bagian Gaya Hidup Tertentu
- Merasa Ada Sense Tech Savvy Dan Aware
- Tidak Terjebak Dengan Gaya - Gaya Tetapi Lebih Fungsional



Gambar 5. Pendapat Melenial Berniat Untuk Terus Menggunakan Mobil Listrik Dalam Jangka Panjang

FAKTOR YANG MENDASARI KEPUTUSAN UNTUK MENGGUNAKAN MOBIL LISTRIK

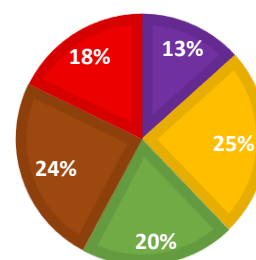
- Efisien Dan Ramah Lingkungan
- Kesadaran Pribadi Dan Medsos
- Kebutuhan Mobilitas
- Faktor Eksternal, Insentif, Trend, Harga Lebih Masuk Akal



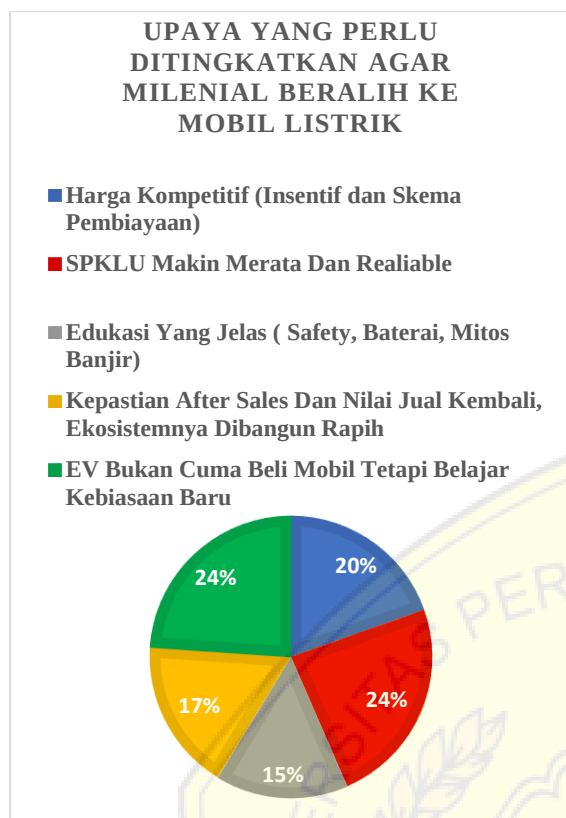
Gambar 4. Faktor Yang Mendasari Keputusan Untuk Menggunakan Mobil Listrik

MILENIAL MEMAKNAI GREEN LIFESTYLE SETELAH MENGGUNAKAN MOBIL LISTRIK

- Menjadikan Green Lifestyle Sebagai Praktek Harian
- Konsisten Pilih Obsi Yang Lebih Bersih Dan Nyaman
- EV Dipandang Sebagai Status
- Langkah Nyata Sebagai Kepedulian Terhadap Lingkungan
- Arti Mobil Listik Bagi Milenial Secara Pribadi



Gambar 6. Milenial Memaknai *Green Lifestyle* Setelah Menggunakan Mobil Listrik



Gambar 7. Upaya Yang Perlu Ditingkatkan Agar Milenial Beralih Ke Mobil Listrik

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hampir semua key informan dan informan menyatakan awalnya mempegunakan mobil listrik ingin mencoba teknologi baru yang biaya operasionalnya lebih murah, lebih nyaman, lebih bersih terutama untuk polusi udara kota. Informan berpendapat menurut informan mobil listrik adalah salah satu alat untuk *Greenlifestyle* terutama diperkotaan, greenlifestyle bukan cuma kendaraan tetapi car akita menkonsumsi listrik.

Informan juga berpendapat *greenlifestyle* itu kebiasaan sadar dampak hemat energi, mengurangi emisi, sampah, dan memilih opsi yang lebih ringan buat lingkungan, bukan harus perfeksionis tetapi konsisten.

Terkait apakah mobil listrik benar - benar mencerminkan ramah lingkungan terutama untuk para milenial, sebagian iya terutama mengurangi polusi lokal tidak ada asap kenalpot dijalan. Jadi Mobil EV

merupakan langkah maju, tetapi hijau total butuh ekosistem listrik lebih bersih recycling baterai dan kebiasaan hemat energi.

Sebagian berpendapat bahwa Mobil EV itu keren, tetapi “ ribet” untuk charnging dan memperhitungkan jarak tempuh dan takut baterai cepat rusak. Tetapi ternyata untuk pemakaian mobil EV itu lebih menggantikan kebiasaan untuk disiplin mencharnging dan kelengkapan lainnya.

Penggunaan mobil listrik dipengaruhi oleh kesadaran pribadi dan kebutuhan mobilitas serta faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah. Dan para informan berniat mempergunakan mobil listrik dalam jangka Panjang, selama infrastrukturnya makin baik serta dukungan *aftersales* jelas, cocok untuk rutinitas di perkotaan. Serta berharap SPKLU makin merata dan *reliable*, biaya charging transparan, standar konektor jelas dan ada sistem *recycling* baterai yang serius.

Adopsi Mobil EV bukan hanya beli mobil tetapi belajar kebiasaan baru, bila ekosistemnya dibangun secara rapih, maka milenial akan lebih cepat menerima kehadiran Mobil EV, karena milenial bersifat pragmatis, kalau merasa nyaman hemat dan mudah, mereka akan sangat terbuka. *Greenlifestyle* memilih yang lebih efisien, lebih bersih, serta konsisten.

Persepsi Generasi Milenial terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan sebagai Akibat dari Penggunaan Mobil Listrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial melihat gaya hidup hijau sebagai lebih dari hanya menggunakan produk ramah lingkungan; mereka lebih tertarik pada aktivitas sehari-hari yang memiliki dampak lingkungan yang lebih kecil. Mobil listrik dianggap sebagai salah satu "alat" konkret untuk menunjukkan gaya hidup ini, khususnya di kota-kota yang dilanda masalah kemacetan dan polusi udara.

Hasil ini sesuai dengan Teori Persepsi, yang memandang persepsi sebagai proses

subjektif dan konstruktif yang dibentuk oleh pengalaman, nilai, dan konteks sosial seseorang. Persepsi generasi milenial terhadap mobil listrik berkembang melalui kombinasi pengalaman tidak langsung (seperti komentar di media sosial dan media), pengetahuan awal (seperti harga baterai dan emisi) dan pengalaman langsung setelah penggunaan. Pergeseran persepsi dari sikap skeptis (mahal, ribet, jarak tempuh terbatas) ke sikap positif (hemat, nyaman, bebas polusi) adalah contoh dari mekanisme *top-down* persepsi, di mana prediksi dan asumsi awal seseorang diubah oleh pengalaman nyata mereka. Oleh karena itu, generasi milenial melihat gaya hidup hijau sebagai praktik yang menekankan kebersamaan, efisiensi, dan manfaat nyata bagi kehidupan sehari-hari.

Pengalaman subjektif generasi milenial dan bagaimana mereka berhubungan dengan teori atribusi milenial yang mengadopsi mobil listrik memiliki banyak aspek positif, seperti kenyamanan berkendara, biaya operasional yang rendah, dan bebas ganjil-genap, tetapi juga banyak aspek negatif, seperti keteraturan pengisian daya, kecemasan jarak tempuh, dan ketersediaan SPKLU. Pengalaman tersebut ditafsirkan oleh informan melalui proses atribusi internal dan eksternal.

Berdasarkan analisis menggunakan Teori Atribusi, beberapa faktor yang menyebabkan milenial berhasil atau gagal dalam mengadopsi mobil listrik adalah keputusan dan kepuasan personal berdasarkan penilaian dan pemahaman yang mereka miliki. Sementara komponen eksternal seperti kebijakan pemerintah, insentif pajak, dan infrastruktur pengisian daya dianggap sebagai faktor pendukung yang ikut menentukan kenyamanan serta keberlanjutan penggunaan, komponen internal seperti kesadaran lingkungan, motivasi pribadi, dan kesiapan untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru.

Di sisi lain, sebagian informan mengaitkan keterbatasan infrastruktur selama proses transisi yang "masih

berkembang", menunjukkan sifat yang relatif rasional dan adaptif, di mana hambatan dianggap sebagai faktor eksternal yang belum stabil dan berpotensi membaik, sehingga tidak mengurangi keinginan jangka panjang untuk menggunakan mobil listrik.

Secara umum sebagian besar informan akan tetap menggunakan mobil listrik jika ada peningkatan ekosistem yang mendukung. Berdasarkan analisis menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat dikatakan bahwa perspektif sikap terhadap perilaku sebagian informan menganggap mobil listrik baik karena dianggap hemat, nyaman, dan ramah lingkungan. Sedangkan dari perspektif norma subjektif, Sebagian informan berpendapat bahwa lingkungan sosial dan wacana publik tentang kemajuan teknologi, keberlanjutan, dan persepsi mobil listrik merupakan simbol kontemporer dan tanggung jawab milenial untuk berpartisipasi menjaga kualitas lingkungan. Aspek terakhir menunjukkan bahwa penilaian mayoritas informan memiliki kemampuan untuk mengatasi tantangan teknis seperti mengelola pengisian daya dan menyesuaikan pola mobilitas, hal ini menunjukkan milenial memiliki kemampuan mengendalikan perilaku mereka.

Meskipun perilaku tersebut belum berada dalam kondisi yang ideal, kombinasi ketiga komponen tersebut membentuk niat perilaku yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi milenial lebih suka menggunakan mobil listrik karena berbagai alasan seperti percaya pada diri mereka sendiri, percaya pada nilai keberlanjutan, dan percaya pada kemampuan mereka.

Berdasarkan analisis juga menunjukkan bahwa generasi milenial menggunakan mobil listrik sebagai gaya hidup hijau dan konsumsi hijau. Para Milenial menganggap bahwa mobil listrik tidak hanya sebagai alat transportasi tetapi juga sebagai representasi dari diri mereka yang memiliki kesadaran lingkungan. Meskipun demikian ada

beberapa informan menyatakan bahwa memiliki mobil listrik tidak secara otomatis membuat seseorang "sepenuhnya hijau". Kesadaran ini menunjukkan pentingnya pemahaman milenial mengenai kesadaran tentang *greenlife style*; artinya kesediaan seseorang untuk menggunakan produk ramah lingkungan sambil menerapkan praktik lain seperti menghemat energi, mengelola sampah, dan mengetahui sumber listrik yang mereka gunakan. Dengan kata lain, *greenlife style* merupakan proses reflektif daripada hanya mengikuti tren keberlanjutan secara simbolik.

Hasil penelitian ini memperkuat gagasan tentang *greenlife style* dengan menekankan pentingnya konsistensi dan tanggung jawab individu, seperti yang ditunjukkan oleh kisah informan yang menolak pendekatan yang sempurna tetapi menekankan keberlanjutan perilaku. Pemahaman *greenlife style* dari sisi fenomenologi ini menunjukkan bahwa pengalaman hidup (*lived experience*) milenial dengan mobil listrik menentukan makna *greenlife style*. Pengalaman milenial yang telah mengadopsi mobil Listrik dalam menunjang aktifitas keseharian mereka memberikan kesadaran praktis yang berkembang melalui rutinitas, kesulitan, dan refleksi pribadi. Secara fenomenologi pengalaman menggunakan mobil Listrik memberikan pembelajaran dan makna mendalam secara personal yang mengubah perspektif informan yang merupakan kelompok milenial tentang penggunaan energi, mobilitas, dan tanggung jawab menjaga lingkungan di perkotaan.

5. Kesimpulan

Secara umum adopsi mobil listrik oleh milenial di kota-kota adalah fenomena yang memiliki banyak aspek, termasuk persepsi mereka, pengalaman subjektif, dan pemahaman mereka tentang gaya hidup hijau. Milenial memaknai gaya hidup hijau sebagai praktik hidup yang pragmatis, sadar lingkungan, dan konsisten, bukan sebagai tuntutan kesempurnaan ekologis.

Seiring dengan pengalaman penggunaan mobil listrik, pandangan informan milenial mengenai *greenlife style* berubah dari skeptis menjadi lebih positif. Mekanisme persepsi konstruktif dan atribusi ikut mendasari proses ini dengan menganggap kendala sebagai bagian dari transisi, bukan sebagai penghalang absolut. Sikap positif, norma sosial, dan keyakinan informan milenial terhadap kemampuan mengelola tantangan teknis membentuk niat untuk terus menggunakan mobil listrik.

Pengalaman informan milenial dalam menggunakan mobil listrik menjadi simbol perubahan kebiasaan, identitas ekologis, dan pembelajaran gaya hidup berkelanjutan. Mereka menganggap adopsi mobil listrik bukan lagi sekadar alat transportasi. Informan juga menyadari bahwa keberlanjutan yang sebenarnya membutuhkan infrastruktur yang memadai, sistem energi yang lebih bersih, dan pengelolaan limbah baterai yang tepat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa transisi menuju transportasi berkelanjutan bergantung pada pemahaman kebijakan dan teknologi serta pengalaman dan makna subjektif pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Fishbein, M., & Ajzen, I. 2021. Predicting and changing behavior: The reasoned action approach (2nd ed.). Routledge.
- Giorgi, A. 2020. Phenomenology and psychological research. Duquesne University Press.
- Garner, T. A. 2024. Extending sound perception: Emergent perception theory. Elsevier.
- Kumar, V., & Paul, J. 2022. Green purchase behaviour: A review and future research agenda. Journal of Retailing and Consumer Services, 68, 103027.

Mbokane, L. 2023. Green consumerism in young adults: Attitudes and environmental concern. *Sustainability*, 15(5), 1898.

Myers, D. G., & Twenge, J. M. 2021. *Social psychology* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Persson, M. 2022. *Perception*. Acta Physiologica. Wiley-Blackwell.

Siregar, H. R. H. 2024. Persepsi sebagai tahap utama hubungan manusia dengan lingkungan. *Repository UIN Sumatera Utara*.

Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. 2021. *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research* (2nd ed.). SAGE Publications.

Weiner, B. 2020. The legacy of attribution theory in motivation science. *Motivation Science*, 6(3), 203–213.

Yon, D. 2025. A Trick of the Mind (review on predictive perception). *The Guardian*, 13 June 2025.

Ajzen, I. 2020. The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>

Chwialkowska, A. 2019. How sustainability influencers drive green lifestyle adoption on social media: The process of green lifestyle adoption explained through the lenses of the minority influence model and social learning theory. *Management of Sustainable Development*, 11(1), 33–42. https://msdjournal.org/wp-content/uploads/vol11issue1-6.pdf?utm_source=chatgpt.com

Citra Pratiwi, Siti Komsiah, Susi Yunarti, Nur Idaman.(2024). Pemanfaatan Iklan melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Pariwisata Di Indonesia. *IKRAITH-HUMANIORA VOL 8 NO 2*.508-525.

<https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i>

FERRARI Raden Muhammad Luthfi, Ilham Yanuar, Reza Faisal, Ernanda Elvira Fury, Yanuar Rd. Zidni Rizan Al-Zhahir. 2024. Studi Fenomenologi Mengenai Konstruksi Makna Green Mobility Pada Pengguna Mobil Listrik di Kota Bandung. *Jurnal Darma Agung*. Bandung. [S.l.], v. 32, n. 6, p. 101 – 113.

<http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i6.5008>

Hijrah, Lailatul, Hakim, A. F., Hikmah, M., Nurrohman, R., & Nadroh, U. (2025). PERJALANAN MENUJU GREEN LIVING : SEBUAH STUDI KUALITATIF TENTANG MOTIVATION, BARRIERS, AND LIFESTYLE CHANGE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 20–40. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5733>

SAE International. (2021). J3016: Taxonomy and definitions for terms related to driving automation systems for on-road motor vehicles. SAE International. https://www.sae.org/standards/content/j3016_202104/

Kim, J., & Park, H. 2020. Attribution processes in social perception: A cognitive approach to understanding human behavior. *Journal of Social Psychology Research*, 45(2), 112–126.

Yuniar, A. M. (2022). PEMAKNAAN BRAND CHINA (Studi Fenomenologi Pada Millennial Pengguna Mobil Wuling di Surabaya). *The Commecium*, 5(1), 68–82. <https://doi.org/10.26740/tc.v5i1.44485>

Kumparan. (2023, September). 3 Jenis Teknologi Otomotif dalam Penerapan Mobil Listrik. <https://kumparan.com/berita-update/3-jenis-teknologi-otomotif-dalam-penerapan-mobil-listrik-21C2vd0Fxcz>