



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

METODOLOGI DAN ANALISIS DATA

3.1. Gambaran Umum

3.1.1. Profil Perusahaan

Kepolisian Republik Indonesia terbentuk pada tahun 17 Agustus 1945 setelah Jepang menyerah tanpa syarat. Tanggal 21 Agustus 1945 Secara resmi memproklamasikan Pasukan polisi Republik Indonesia sebagai langkah awal mengadakan pelucutan senjata jepang yang menyerah. Kedudukan dan tugas Polri berdasarkan Keppres No. 290/1964 sebagai Alat Negara Penegak Hukum, Koordinator Polsus, ikut serta dalam pertahanan, Pembinaan Kamtibmas, alat revolusi, dan Kekaryaan. Kepolisian memiliki organisasi antara lain Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia, dan Kepolisian Daerah.

Keselamatan berkendara sangat diutamakan ketika sedang mengemudi kendaraan. Agar tidak terjadi kecelakaan. Aman berkendara itu secara umum para pengendara harus mengetahui teknik mengemudi dalam berkendara serta pelatihan praktek secara langsung. Praktek tersebut bertujuan para pengemudi dapat siap menghadapi segala keadaan dan medan saat berkendara. Dengan memahami hal-hal tersebut para pengendara akan berhati-hati dalam mengendarai kendaraannya sehingga tidak mencelakakan diri sendiri dan orang lain. Selain itu keamanan pada diri sendiri juga sangat penting contohnya memakai seat belt dengan benar, mengendarai dengan kondisi yang baik, menjauhkan barang-barang

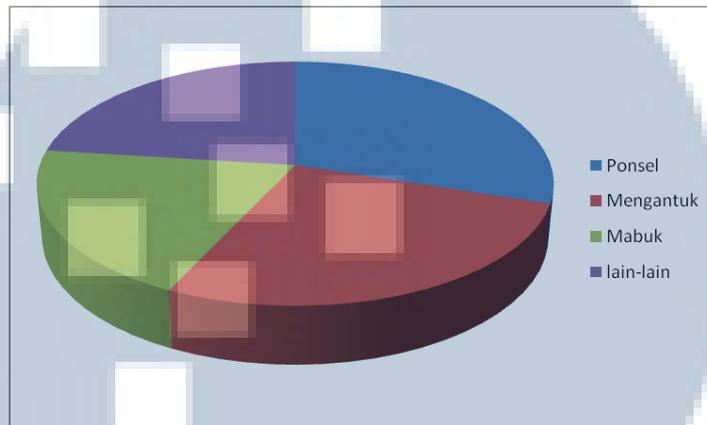
yang dapat mengganggu konsentrasi. Dari permasalahan penulis yang amati pada saat ini belum adanya kampanye sosial dari aman berkendara tanpa ponsel untuk pengendara mobil. Dari pihak kepolisian sebenarnya membutuhkan kampanye seperti ini Media kampanye yang akan dipakai yaitu berupa poster majalah otomotif, poster di Satuan Pelaksanaan Administrasi Sim Polda Metro Jaya, Sticker pada ponsel serta mobil. Dibuatnya media kampanye diharapkan menyadarkan masyarakat agar tidak melakukan *texting* saat mengemudi. Dalam pencarian data penulis memakai penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap kepolisian di Tangerang. Selain melakukan wawancara penulis juga melihat fenomena-fenomena di lapangan melalui berita di televise, Koran atau majalah serta dari website.

3.2. Observasi

3.2.1. Wawancara

Berdasarkan hasil dari wawancara dari salah satu humas pada polsek Tangerang Brigadir Fernando dikatakan bahwa kecelakaan lalulintas pada umumnya disebabkan karena pengemudi kurang konsentrasi saat mengendarai kendaraannya. Pada saat terjadi kecelakaan banyak ditemukan pengendara yang didapati sedang memainkan handphonenya. Dari data kepolosian pada tahun 2012 terdapat 2252 kecelakaan sedangkan untuk tahun 2013 rata-rata setiap minggu terdapat 35 kasus diataranya 24 mobil dan 11 sepeda motor. Kecelakaan tersebut lebih melibatkan kepada anak-anak muda dengan rata-rata umur 21-29 untuk kendaraan mobil. Selain menggunakan ponsel, mengantuk juga merupakan salah

satu penyebab kecelakaan. Dalam perhitungan presentase yang diberikan oleh kepolisian sebagai berikut:



Ponsel sebesar 30%, Mengantuk 27%, mabuk 20%, dan lain-lain 23% dari data tersebut penulis mengambil presentase terbesar yaitu pada ponsel. Dari pihak kepolisian sebenarnya ingin melakukan sebuah pendekatan ke masyarakat melalui kampanye-kampanye secara visual serta melakukan seminar, dalam seminar yang dilakukan di tangerang di dapatkan hasil data yang menyatakan 20% para pengemudi menggunakan ponsel saat mengemudi sedangkan para remaja sebesar 50% . Jika di gabungkan maka perbandingan dari orang tua dan remaja di dapat persentase sebesar 25% untuk orang tua dan 70% untuk remaja. Selama ini penyampaian kampanye aman berkendara hanya dilakukan secara lisan dan pernah dilakukan oleh Daihatsu garda oto, kepolisian dan adira tetapi tidak efektif dan secara visual kurang begitu baik. Kepolisian juga menyebutkan selama ini kampanye yang dilakukan hanya berupa sebuah vector ilustrasi gambar dan fotografi.

3.2.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ada pada kampanye sosial *aman berkendara tanpa ponsel* ini adalah tidak adanya informasi dan edukasi tentang berkendara tanpa ponsel kepada masyarakat. Pihak kepolisian ingin menyampaikan secara visual sehingga masyarakat lebih tertarik untuk melihat. Dari permasalahan yang ada maka dibuat perancangan kampanye sosial sesuai dengan target yang ingin di capai melalui visualisasi pada media yang digunakan.

3.2.4. SWOT Analisis (Strength,Weakness,Opportunity,Treat)

Berikut adalah analisi SWOT yang ditemukan pada kampanye sosial yang dapat dijadikan pertimbangan untuk kedepannya :

1. Strength :

- Dengan adanya kampanye social tentang *aman berkendara tanpa ponsel* dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya menggunakan ponsel saat berkemudi
- Disetujui oleh kepolisian

2. Weakness :

- Pihak kepolisian kurang mengerti tentang kampanye secara visual

3. Oppurtunity :

- Mendorong kepolisian untuk lebih bersemangat dalam melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kampanye
- Masyarakat menjadi lebih mengerti dan mematuhi peraturan-peraturan

dan tata tertib saat berkemudi.

4. Threat :

- Masyarakat masih tidak peduli dengan kampanye tersebut

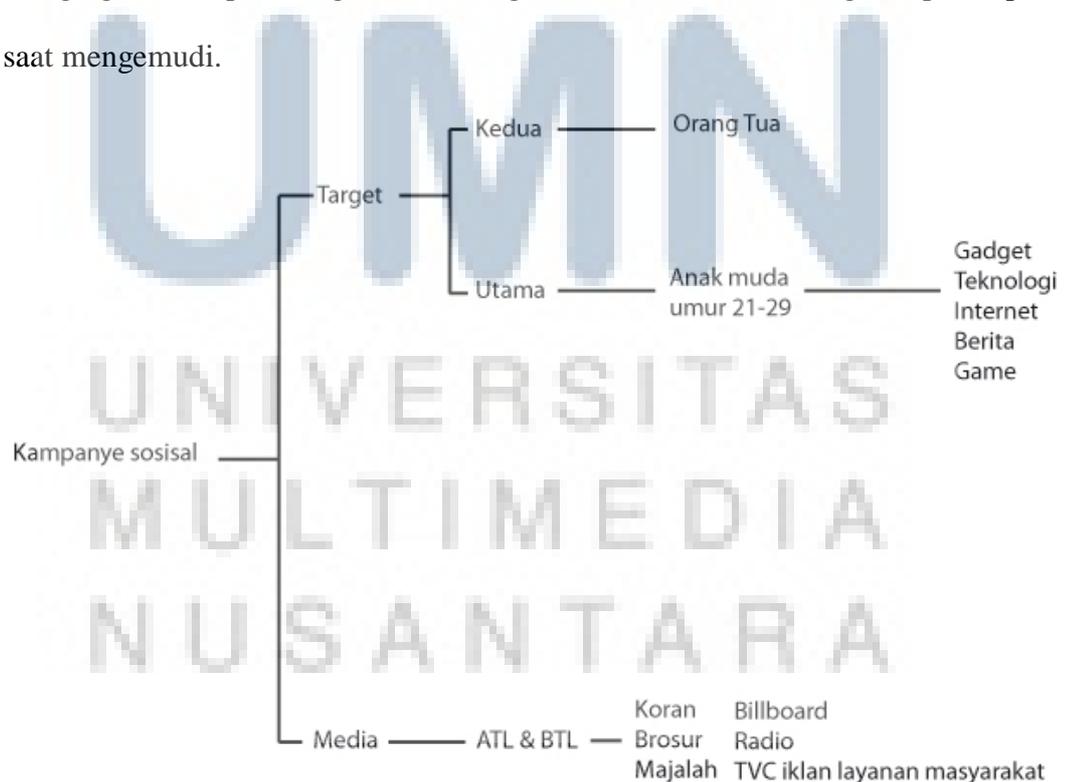
3.3. Perancangan Kampanye

Strategi kampanye dalam permasalahan ini adalah memilih media kampanye Above The Line dan Below The Line dengan tema kampanye sosial aman berkendara tanpa ponsel yang tepat dan efektif. Tujuan dalam perancangan komunikasi ini adalah meningkatkan rasa kepedulian masyarakat. Adapun strategi visual yang dilakukan yaitu melihat target utama yang merupakan para remaja yang bekerja di kantoran dan kuliah dengan kelas menengah atas maka pemilihan warna menggunakan warna merah . Media kampanye yang dipilih adalah membuat media lini atas (above the line) dan media lini bawah (below the line) berupa desain iklan majalah, flyer, baju, stiker, billboard, gantungan pewangi mobil, per pajangan mobil, bantal mobil, *ambient ads* dan stiker anti slip *dashboard*

3.3.1. Strategi Kreatif

Berdasarkan *mind mapping* serta data yang diperoleh penulis untuk mendapatkan ide dengan mengambil tema *Aman Berkendara Tanpa Ponsel* ini yaitu dengan menggunakan poster infografis berupa visualisasi menggunakan ponsel saat berkemudi. Teknik fotografi dilakukan dengan konsep seperti foto seseorang yang

sedang asik menggunakan ponselnya sehingga tidak mengetahui di depannya sudah ada truk yang saling berhadapan pengambilan foto dilakukan dari belakang pengemudi untuk memperlihatkan ponsel yang sedang digunakan. Target usia dari umur 21-29 golongan menengah keatas untuk para remaja yang produktif (bekerja dan kuliah). Bentuk layout dibuat secara sederhana serta penempatan posisi *headline* konsisten. *Font* yang digunakan memakai jenis *sans serif* untuk mempermudah target membaca serta dipilih font yang tebal dan tegas. Pemilihan elemen warna menggunakan warna CMYK dengan warna utama, warna merah untuk memberikan kesan peringatan dan bahaya. Elemen warna pendukung yang digunakan untuk background serta elemen grafisnya seperti biru muda, kuning, hijau, abu-abu, dan hitam. Dalam desain ini juga terdapat *tagline* yang digunakan pada kampanye yaitu “*Jangan Sms Saat Mengemudi*”. *Tagline* ini bertujuan untuk mengingatkan kepada target serta menghimbau untuk tidak mengirim pesan pada saat mengemudi.



3.3.2. Perancangan Media

Perancangan kampanye sosial *aman berkendara tanpa ponsel* menggunakan media lini atas yaitu media dimajalah info serpong dalam hal isi, *ambient ads* dipajang pada *downtown* seperti Summarecon Serpong, papan reklame dipasang di pintu masuk tol dekat jalan raya serpong. Sedangkan media periklanan lini bawah yang digunakan yaitu media gantungan pewangi untuk digunakan pada kaca tengah mobil, stiker dipasang pada kaca depan mobil, *flyer* disebar di setiap tempat lampu merah di Tangerang, bantal mobil dan baju dibagikan pada saat seminar yang dilakukan oleh pihak kepolisian di setiap kampus dan kantor di daerah Tangerang

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA