

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipilih pada proses perancangan kampanye sosial larangan penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor adalah metode campuran (*hybrid*). Metode campuran dipilih berdasarkan proses pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan ini menggunakan 2 metode yaitu metode kuantitatif dan juga metode kualitatif untuk mencapai hasil data yang dibutuhkan. Selain itu, metode ini memiliki keunggulan lain yaitu mampu untuk memahami masalah antara kerangka ilmu sosial dengan kerangka transformatif (Cresswell, 2010). Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara tertentu, salah satunya penyebaran kuesioner secara *offline* dan *online* melalui Google Form kepada kelompok sasaran perancangan. Kuesioner secara *offline* dilakukan untuk memudahkan kelompok sasaran perancangan dalam mengisi jawaban yang memiliki keterbatasan pada gawai. Adapun untuk penelitian kualitatif dilakukan dengan tahap wawancara terhadap masyarakat serta narasumber ahli dan mengadakan observasi sebagai sumber data primer dilengkapi dengan studi referensi dan studi eksisting sebagai sumber data sekunder.

3.1.1 Kuesioner

Menurut Herlina (2009) kuesioner menjadi teknik pengumpulan data yang efisien apabila seseorang mengetahui secara pasti variabel apa yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) berisi beberapa pertanyaan yang sebelumnya telah diuji terlebih dahulu dikarenakan hasil atau jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada responden ini akan dijadikan sebagai alat ukur yang valid dan reliable. Kuesioner pada penelitian ini berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang adanya larangan penggunaan sandal

saat mengendarai sepeda motor.

Kuesioner menjadi salah satu teknik yang dipilih untuk mengumpulkan data secara kuantitatif. Pembagian kuesioner dilakukan dengan dua cara yaitu secara *offline* dengan membagikan kuesioner langsung kepada beberapa orang pengendara motor yang ditemui di jalan dan juga secara *online* menggunakan google form yang dibagikan kepada teman beserta kerabat. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam perancangan ini ditentukan menggunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N= Jumlah populasi

e =Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10 %)

Berdasarkan rumus slovin di atas dapat diketahui jumlah sampel dalam perancangan kampanye sosial larangan penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor sebagai berikut.

$$n = \frac{165.561.643}{1 + 165.561.643(0,1)^2}$$

$$n = \frac{165.561.643}{1 + 165.561.643(0,1)(0,1)}$$

$$n = \frac{165.561.643}{1 + 1.655.616,43}$$

$$n = \frac{165.561.643}{1.655.617,43}$$

$$n = 99,9999395996$$

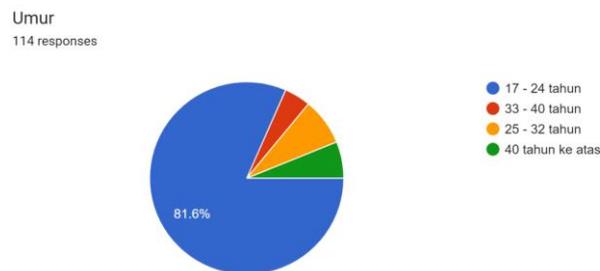
$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Jumlah sampel yang dibutuhkan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin adalah 100 responden. Adapun jumlah populasi di atas diperoleh dari total jumlah penduduk usia 15-54 tahun di Indonesia sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru pada tahun 2022. Adapun untuk teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan mempertimbangkan kriteria tertentu.

Kriteria yang sesuai dengan perancangan kali ini adalah penduduk yang memiliki sepeda motor dan intensitas penggunaan kendaraan sepeda motor dalam kategori tinggi. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dilakukan dalam kurun waktu 19 hari terhitung sejak tanggal 23 Februari 2023 sampai dengan 9 Maret 2023. Hasil dari kuesioner akan disajikan berdasarkan masing-masing elemen pertanyaan sebagai berikut.

1) Umur

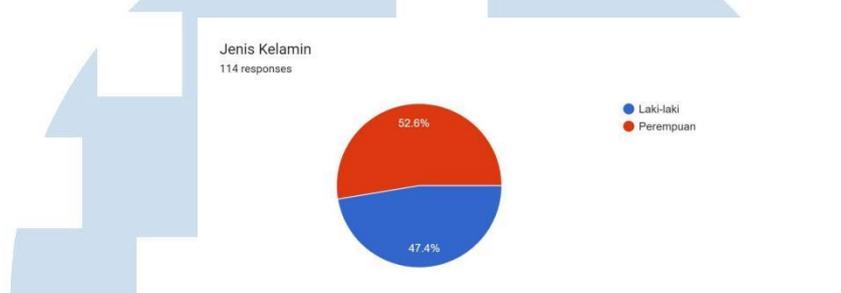


Gambar 3. 1 Diagram Umur
Sumber : Data Primer 2023

Pengelompokkan umur dilakukan berdasarkan kategori kesejahteraannya sehingga dibedakan menjadi empat kelompok. Kelompok pertama merupakan kelompok dengan usia penduduk mulai dari 17 sampai dengan 24 tahun. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling banyak menjadi responden pada kuesioner yang disebar secara online yaitu mencapai 81,6% persen atau setara dengan 93 responden, sedangkan kelompok terendah diisi oleh kelompok umur ke tiga yaitu 33 - 40 tahun hanya mendapat persentase 4,4% atau setara dengan

5 responden. Kelompok ke dua dan ke empat masing-masing berada pada urutan ke dua dan ke tiga dengan persentase 7,9% dan 6,1%.

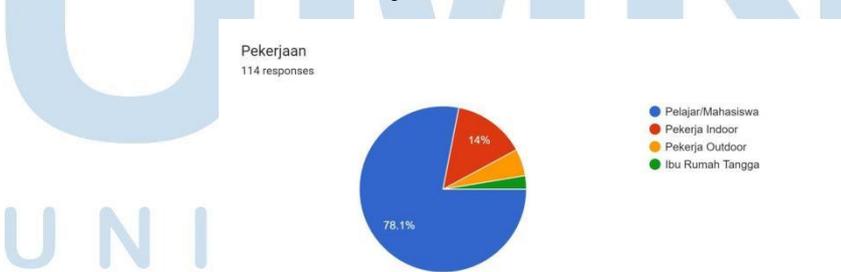
2) Jenis Kelamin



Gambar 3. 2 Diagram Jenis Kelamin
Sumber : Data Primer 2023

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dibagi ke dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Perbedaan antara kelompok laki-laki dan perempuan dalam pengumpulan data yang dilakukan tidak terlalu signifikan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa kelompok perempuan memiliki persentase lebih tinggi bila dibandingkan dengan laki-laki. Nilai yang diperoleh yaitu 52,6% atau setara dengan 60 responden. Nilai yang diperoleh oleh kelompok laki-laki hanya berbedasedikit yaitu 47,4% atau setara dengan 54 responden. Total keseluruhan responden yang diperoleh pada kuesioner online adalah 114 responden.

3) Karakteristik Pekerjaan



Gambar 3. 3 Diagram Pekerjaan
Sumber : Data Primer 2023

Mayoritas responden yang mengisi kuesioner *online* dalam perancangan kampanye sosial ini adalah pelajar atau

mahasiswa dengan persentase 78,1%. Nilai tersebut setara dengan 89 dari 114 responden berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa. Pekerjaan selanjutnya yaitu orang-orang yang bekerja di dalam ruangan atau pekerja *indoor* mendapat persentase sebesar 14% atau setara dengan 16 orang yang menjadi responden. Berbanding terbalik dengan pekerja *indoor*, pekerja *outdoor* adalah mereka yang bekerja di luar ruangan seperti kurir, ojek *online*, dan lain sebagainya. Jenis pekerjaan tersebut dalam hasil kuesioner ini mendapatkan persentase sebesar 5,3% atau setara dengan 6 responden. Terakhir, ibu rumah tangga menjadi kelompok yang mendapat persentase terendah yaitu 2,6% atau setara dengan 3 responden.

4) Moda Transportasi yang Paling Digemari Masyarakat Indonesia



Gambar 3. 4 Diagram Moda Transportasi
Sumber : Data Primer 2023

Hasil dari penyebaran kuesioner secara online menunjukkan bahwa sebanyak 69,3% atau setara dengan 79 responden sangat setuju bahwa sepeda motor menjadi moda transportasi yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan 28,9% atau setara dengan 33 responden hanya memilih setuju.

Beberapa alasan sepeda motor menjadi moda transportasi yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia akan dijelaskan dalam elemen pertanyaan selanjutnya. Adapun untuk 1,8% lainnya atau setara dengan 2 responden tidak setuju bahwa sepeda motor menjadi moda transportasi yang paling digemari

oleh masyarakat Indonesia. Menurut mereka masih ada moda transportasi lain yang lebih digemari dan dijadikan transportasi utama untuk menunjang kehidupan mereka sehari-hari.

Tabel 3. 1 Moda Transportasi yang Paling Digemari Masyarakat Indonesia

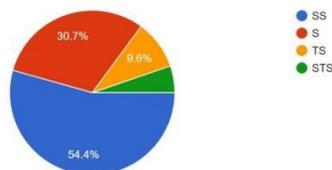
Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Sepeda motor menjadi moda transportasi yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia.	122	447	3,66	Setuju

-Sumber : Analisis Data Primer 2023

Hasil kuesioner *online* dan juga *offline* kemudian dianalisis menggunakan excel. Berdasarkan analisis tersebut diperoleh skor rata-rata 3,66 untuk pernyataan pertama. Kesimpulan yang dapat diambil dari nilai tersebut adalah sebanyak 122 responden setuju bahwa sepeda motor menjadi moda transportasi yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia.

5) Pengguna Sepeda Motor Aktif

Saya merupakan pengguna aktif sepeda motor untuk dijadikan moda transportasi.
114 responses



Gambar 3. 5 Diagram Sepeda Motor Aktif
Sumber : Data Primer 2023

Gambar 3.5 di atas menunjukkan bahwa 54,4% -atau setara dengan 62 responden sangat setuju bahwa mereka merupakan pengguna sepeda motor aktif dan menjadikan

sepeda motor sebagai moda transportasi utama untuk menunjang aktivitas mereka dalam kehidupan mereka sehari-hari seperti bekerja, pergi dan pulang sekolah, mengantar anak mereka ke sekolah, ataupun pergi berbelanja ke pasar, sedangkan 30,7% atau setara dengan 35 responden hanya memilih setuju bahwa mereka merupakan pengguna sepeda motor aktif. Adapun untuk 9,6% dan 5,3% lainnya atau setara dengan 11 dan 6 responden memilih jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa mereka bukan merupakan pengguna sepeda motor aktif. Mereka menggunakan kendaraan lain seperti mobil atau kendaraan umum lainnya sebagai moda transportasi aktif dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 3. 2 Pengguna Sepeda Motor Aktif

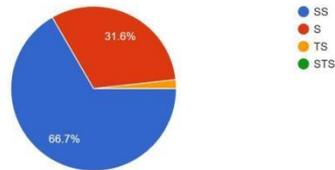
Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Saya merupakan pengguna aktif sepeda motor untuk dijadikan moda transportasi.	122	411	3,37	Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Skor rata-rata yang dihasilkan berdasarkan analisis menggunakan excel adalah 3,37. Nilai ini termasuk ke dalam kategori pengelompokan ke tiga. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa 122 responden setuju bahwa mereka merupakan pengguna sepeda motor aktif.

6) Alasan Penggunaan Sepeda Motor

Alasan saya memilih sepeda motor sebagai moda transportasi karena praktis dan cepat.
114 responses



Gambar 3. 6 Diagram Penggunaan Sepeda Motor
Sumber : Data Primer 2023

Beberapa alternatif alasan penggunaan sepeda motor dituangkan dalam kuesioner perancangan kampanye sosial kali ini. Alasan pertama karena sepeda motor merupakan moda transportasi yang praktis dan cepat. Sebanyak 66,7% atau setara dengan 76 responden sangat setuju bahwa mereka memilih sepeda motor karena sangat sangat praktis dan juga sangat cepat, sedangkan 31,6% atau setara dengan 36 responden menyatakan bahwa mereka setuju bahwa sepeda motor merupakan moda transportasi yang praktis dan cepat sehingga mereka gunakan. Sebanyak 1,8% lainnya atau setara dengan 2 responden tidak setuju. Mereka berpendapat bahwa mereka menggunakan sepeda motor bukan karena alasan praktis dan cepat, melainkan karena alasan lainnya.

Tabel 3. 3 Alasan Penggunaan Sepeda Motor

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Alasan saya memilih sepeda motor sebagai moda transportasi karena praktis dan cepat.	122	446	3,66	Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Jawaban dari 122 responden untuk pernyataan ke tiga dalam kuesioner kemudian dianalisis menggunakan excel. Skor rata-rata yang dihasilkan pada pernyataan ini adalah 3,66. Berdasarkan skor rata-rata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa 122 responden setuju beberapa alasan mereka memilih sepeda motor menjadi moda transportasi dalam kehidupan sehari-hari karena praktis dan juga cepat. Alasan lainnya akan disajikan pada gambar 3.7 sebagai berikut.



Gambar 3. 7 Diagram Alasan Memilih Sepeda Motor
Sumber : Data Primer 2023

Alasan lainnya yang menjadikan sepeda motor sebagai moda transportasi paling digemari oleh masyarakat di Indonesia adalah aman dan nyaman. Mayoritas responden dalam kuesioner memilih jawaban setuju dibandingkan sangat setuju. Persentase yang dihasilkan dari responden yang setuju dengan alasan ini adalah 53,5% atau setara dengan 61 responden, sedangkan sangat setuju hanya menghasilkan persentase 19,3% atau setara dengan 22 responden. Persentase tertinggi kedua dihasilkan oleh responden yang tidak setuju yaitu sebesar 26,3% atau setara dengan 30 responden. Mereka yang memilih tidak setuju berpendapat bahwa aman dan nyaman bukan merupakan alasan mereka menjadi pengguna sepeda motor aktif begitu juga dengan 1 responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju.

Tabel 3. 4 Alasan Memilih Sepeda Motor

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Alasan saya memilih sepeda motor sebagai moda transportasi karena aman dan nyaman.	122	357	2,93	Tidak Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Berdasarkan analisis secara keseluruhan baik itu dari kuesioner online maupun kuesioner offline sebanyak 122 responden tidak setuju pada pernyataan alasan mereka memilih sepeda motor sebagai moda transportasi karena aspek keamanan dan kenyamanan. Hal ini dikarenakan skor rata-rata yang dihasilkan cukup rendah yaitu 2,93. Nilai tersebut berada pada rentang atau kategori pengelompokkan ke dua yaitu tidak setuju.

7) Tiga Perlengkapan Terpenting yang Digunakan oleh Pengendara Sepeda Motor



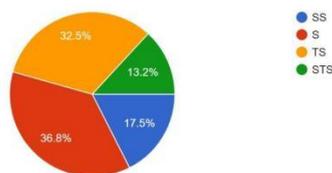
Gambar 3. 8 Persentase Perlengkapan Terpenting
Sumber : Data Primer 2023

Berbagai perlengkapan yang biasa digunakan oleh pengendara motor menjadi alternatif jawaban yang disajikan

dalam kuesioner perancangan kampanye sosial ini. Sebanyak 105 responden sepakat bahwa helm menjadi perlengkapan yang paling untuk mereka gunakan saat mengendarai sepeda motor. Perlengkapan ke dua yang wajib digunakan adalah jaket untuk melindungi badan pengendara sepeda motor dari panas matahari dan juga angin, sedangkan perlengkapan terakhir yang paling banyak digunakan adalah masker. Sebanyak 58 responden sepakat memilih masker sebagai perlengkapan yang wajib digunakan saat mengendarai sepeda motor. Selain dapat melindungi wajah mereka dari hidung, masker wajib digunakan oleh masyarakat di Indonesia pada pandemi covid-19 untuk melindungi mereka dari penyebaran virus ketika beraktivitas di luar rumah sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap alasan mereka memilih masker sebagai salah satu dari tiga perlengkapan terpenting untuk digunakan saat mengendarai sepeda motor.

8) Frekuensi Pengendara Sepeda Motor yang Menggunakan Pelindung Aman saat Berkendara

Saat ini pengendara sepeda motor banyak yang menggunakan pelindung aman saat berkendara.
114 responses



Gambar 3. 9 Pengendara Sepeda Motor Menggunakan Pelindung Aman
Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan elemen yang telah disebutkan di atas, helm menjadi perlengkapan yang mendapat perhatian lebih dari responden. Hal ini berdampak pada penilaian mereka pada elemen pertanyaan ini dimana sebanyak 36,8% atau setara dengan 42 responden setuju bahwa saat ini pengendara sepeda motor sudah banyak yang menggunakan pelindung aman saat

berkendara. Berbeda tipis dengan pernyataan sebelumnya bahwa sebanyak 32,5% atau setara dengan 37 responden tidak setuju saat ini sudah banyak pengendara sepeda motor yang menggunakan pelindung aman. Sama halnya dengan dua jawaban sebelumnya, pilihan sangat setuju dan sangat tidak setuju yang berada pada urutan ke tiga dan ke empat juga memperoleh perbandingan yang berbeda tipis. Adanya perbedaan pendapat ini dapat disimpulkan bahwa responden yang berada pada pihak pro baik memilih setuju ataupun sangat setuju berpendapat bahwa helm dan jaket sudah cukup untuk melindungi mereka selama mengendarai sepeda motor, sedangkan responden yang berada pada pihak kontra baik tidak setuju ataupun sangat tidak setuju berpendapat bahwa helm dan jaket saja tidak cukup untuk disebut sebagai pelindung amat saat berkendara sepeda motor.

Tabel 3. 5 Pelindung Aman saat Berkendara

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Saat ini pengendara sepeda motor banyak yang menggunakan pelindung aman saat berkendara.	122	321	2,63	Tidak Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Pernyataan selanjutnya berkaitan dengan kelengkapan atribut yang digunakan oleh pengendara sepeda motor. Skor rata-rata yang dihasilkan pada pernyataan ini adalah 2,63. Berdasarkan nilai yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa 122

responden tidak setuju saat ini sudah banyak pengendara sepeda motor yang menggunakan pelindung aman saat berkendara.

9) Pengaruh Jarak terhadap Kelengkapan Atribut yang Digunakan Pengendara Sepeda Motor



Gambar 3. 10 Jarak terhadap Kelengkapan Atribut
Sumber : Data Primer 2023

Mayoritas responden sangat setuju bahwa jarak yang mereka tempuh akan mempengaruhi kelengkapan mereka dalam menggunakan atribut yang aman dan melindungi mereka saat berkendara. Persentase yang diperoleh adalah 45,6% atau setara dengan 52 responden. Tidak jauh berbeda dari persentase sebelumnya, sebanyak 38,6% atau setara dengan 44 responden memilih jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut, sedangkan perbandingan untuk yang tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan jarak berpengaruh terhadap kelengkapan atribut cukup jauh yaitu 12,3% dan 3,5% atau setara dengan 14 dan 4 responden.

Tabel 3. 6 Pengaruh Jarak terhadap Atribut yang Digunakan Pengendara

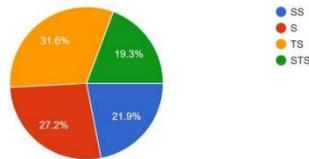
Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Jarak yang ditempuh saya saat berkendara mempengaruhi lengkap atau tidaknya	122	387	3,17	Setuju

atribut pelindung yang saya gunakan.				
--------------------------------------	--	--	--	--

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Skor rata-rata yang diperoleh pada pernyataan pengaruh jarak terhadap kelengkapan atribut yang digunakan oleh pengendara sepeda motor adalah 3,17. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori pengelompokkan ke tiga. Hal ini berarti 122 responden setuju bahwa terdapat pengaruh antara jarak yang ditempuh dengan kelengkapan atribut pelindung yang mereka gunakan saat mengendarai sepeda motor.

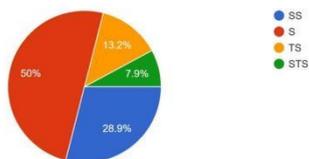
Saya tidak perlu menggunakan helm, jaket, dan celana panjang saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang tidak jauh.
114 responses



Gambar 3. 11 Jarak Tempuh yang Tidak Jauh

Sumber : Data Primer 2023

Saya tidak perlu menggunakan sepatu saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang tidak jauh.
114 responses



Gambar 3. 12 Jarak Tempuh yang Tidak Jauh (Sepatu)

Sumber : Data Primer 2023

Gambar 3.11 dan gambar 3.12 menunjukkan bahwa perlengkapan mulai dari helm, jaket, dan celana panjang merupakan atribut yang lebih penting bila dibandingkan dengan penggunaan sepatu. Hal ini dibuktikan melalui persentase yang dihasilkan yaitu 31,6% atau setara dengan 36 responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa helm, jaket, dan celana panjang

tidak perlu digunakan saat mereka pergi mengendarai motor, sedangkan untuk penggunaan sepatu mayoritas setuju bahwa penggunaan sepatu tidak diperlukan apabila jarak yang mereka tempuh untuk mengendarai sepeda motor tidak terlalu jauh. Besar persentase yang dihasilkan yaitu 50% atau setara dengan 57 responden.

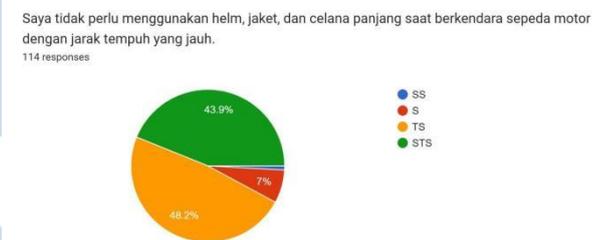
Tabel 3. 7 Jarak Tempuh yang Tidak Jauh

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Saya tidak perlu menggunakan helm, jaket, dan celana panjang saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang tidak jauh	122	316	2,59	Tidak Setuju
Saya tidak perlu menggunakan sepatu saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang tidak jauh.	122	363	2,97	Tidak Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Sebanyak 122 responden tidak setuju bahwa helm, jaket, dan celana panjang tidak perlu digunakan saat mereka

berkendara dengan jarak yang tidak jauh. Begitu pula dengan penggunaan sepatu, mereka tidak setuju bahwa sepatu tidak perlu digunakan saat jarak yang mereka tempuh saat mengendarai sepeda motor tidak terlalu jauh. Hal ini dikarenakan berdasarkan analisis menggunakan excel, dihasilkan skor rata-rata secara berurutan adalah 2,59 dan 2,97. Pendapat mengenai penggunaan beberapa atribut pelindung untuk jarak yang jauh kemudian akan dibahas pada gambar 3.13 sebagai berikut



Gambar 3. 13 Jarak Tempuh Jauh
Sumber : Data Primer 2023



Gambar 3. 14 Jarak Tempuh Jauh (Sepatu)
Sumber : Data Primer 2023

Adapun untuk kondisi jarak jauh yang ditempuh, sebanyak 39,5% atau setara dengan 45 responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa pengendara motor tidak perlu menggunakan sepatu saat berkendara. Alasan mereka tidak sependapat dengan pernyataan tersebut akan dijelaskan pada elemen berikutnya. Perbedaan persentase responden yang menjawab setuju tidak terlalu jauh bila dibandingkan dengan responden yang tidak setuju. Sebanyak 28,9% atau setara dengan 33 responden setuju bahwa mereka tidak perlu menggunakan sepatu saat berkendara

sepeda motor walau jarak yang ditempuh jauh. Hal ini membuktikan bahwa tingkat kepedulian masyarakat di Indonesia akan pentingnya keselamatan dan keamanan dalam berkendara belum terlalu merata.

Tabel 3. 8 Jarak Tempuh yang Jauh

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Saya tidak perlu menggunakan helm, jaket, dan celana panjang saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang jauh.	122	215	1,76	Tidak Setuju
Saya tidak perlu menggunakan sepatu saat berkendara sepeda motor dengan jarak tempuh yang jauh.	122	253	2,07	Tidak Setuju

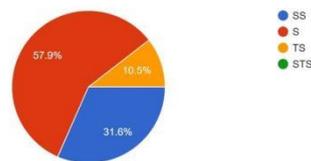
Sumber : Analisis Data Primer 2023

Berdasarkan analisis menggunakan excel untuk hasil kuesioner secara keseluruhan, maka diperoleh skor rata-rata yaitu 1,76 untuk pernyataan tidak diperlukan penggunaan helm, jaket, dan celana panjang saat jarak tempuh berkendara jauh.

Selain itu dihasilkan pula skor rata-rata 2,07 untuk pernyataan tidak diperlukan penggunaan sepatu saat jarak tempuh berkendara jauh. Adanya kedua skor rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa 122 responden tidak setuju jika penggunaan helm, jaket, celana, dan sepatu tidak diperlukan oleh pengendaramotor dengan jarak tempuh yang jauh.

10) Risiko Penggunaan Sandal saat Berkendara

Penggunaan sandal saat berkendara sepeda motor menjadi salah satu resiko yang dapat menyebabkan cedera pada kaki jika terjadi kecelakaan.
114 responses



Gambar 3. 15 Penggunaan Sandal saat Berkendara
Sumber : Data Primer 2023

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden sebenarnya sudah menyadari bahwa penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor ini beresiko karena tidak mampu melindungi kaki mereka dari kejadian tidak mengenakan di jalan raya. Persentase responden yang memilih jawaban sangat setuju dan juga setuju lebih tinggi dibandingkan dengan persentase yang tidak setuju dengan pertanyaan tersebut. Hal ini yang berkaitan dengan elemen pernyataan di atas dimana pengendara sepeda motor akan menggunakan sepatu terlebih khusus jika jarak yang ditempuh cukup jauh untuk meminimalisir resiko cedera apabila terjadi kecelakaan. Kaki pengendara yang menggunakan sepatu akan lebih terlindungi dibandingkan dengan pengendara yang menggunakan sandal tidak memiliki pelindung sehingga langsung bersinggungan dengan aspal di jalan raya.

Tabel 3. 9 Risiko Penggunaan Sandal saat Berkendara

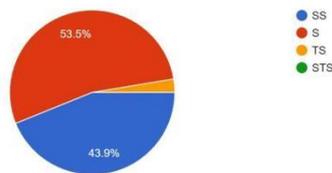
Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Penggunaan sandal saat berkendara sepeda motor menjadi salah satu resiko yang dapat menyebabkan cedera pada kaki jika terjadi kecelakaan.	122	396	3,25	Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Nilai skor rata-rata yang dihasilkan pada pernyataan penggunaan sandal dapat memperparah resiko saat terjadi kecelakaan dalam mengendarai sepeda motor adalah 3,25. Nilai tersebut berada pada pengelompokkan yang ke tiga. Adanyaskor rata-rata 3,35 dapat disimpulkan bahwa 122 responden setuju jika penggunaan sandal saat berkendara sepeda motordapat membuat kaki cedera saat terjadi kecelakaan.

11) Sosialisasi

Sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara sangat diperlukan bagi pengendara sepeda motor.
114 responses



Gambar 3. 16 Sosialisasi
Sumber : Data Primer 2023

Sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara termasuk di dalamnya penyampaian informasi dan himbauan penggunaan

atribut lengkap yang aman saat berkendara menjadi sangat penting untuk dilakukan. Hal ini diperkuat dengan hasil kuesioner bahwa mayoritas setuju dan sangat setuju bahwa sosialisasi ini perlu untuk diadakan. Persentase yang dihasilkan secara berurutan adalah 53,5% dan 43,9% atau setara dengan 111 responden berada pada pihak pro, sedangkan 4 responden lainnya berada pada pihak kontra atau tidak setuju dengan diadakannya sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara.

Tabel 3. 10 Sosialisasi

Pernyataan	Jumlah Responden	Total Skor	Rata-rata	Keterangan
Sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara sangat diperlukan bagi pengendara sepeda motor.	122	420	3,44	Setuju

Sumber : Analisis Data Primer 2023

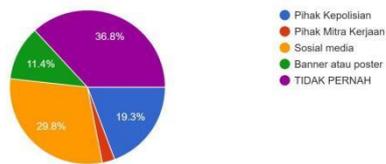
Hasil dari analisis menggunakan excel menunjukkan bahwa sebanyak 122 responden setuju jika sosialisasi sangat diperlukan terutama membahas terkait tata tertib saat berkendara. Hal ini dikarenakan skor rata-rata yang dihasilkan adalah 3,44 dan berada pada pengelompokan yang ke tiga. Adapun untuk pengalaman responden berkaitan dengan sosialisasi akan disajikan pada gambar 3.17 sebagai berikut.

Apakah anda pernah mengikuti atau mendapatkan sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara?
114 responses



Gambar 3. 17 Sosialisasi
Sumber : Data Primer 2023

Jika pernah, dimana anda mendapatkan sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara?
114 responses



Gambar 3. 18 Sosialisasi
Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan hasil kuesioner yang disajikan pada gambar 3.17 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang pernah mendapatkan sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara dengan jumlah responden yang belum pernah mendapatkan sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara memiliki hasil yangimbang. Persentase yang dihasilkan adalah 50% sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 114 responden, 57 diantaranya sudah pernah mendapatkan sosialisasi dan 57 lainnya belum pernah mendapatkan sosialisasi. Adapun mereka yang pernah mendapatkan sosialisasi terkait tata tertib saat berkendara menerima informasi melalui berbagai media. Mayoritas menerima sosialisasi tersebut pada *platform* media sosial dengan persentase 298% atau setara dengan 34 responden. Sebanyak 19,3% mendapatkan sosialisasi tersebut dari pihak kepolisian langsung, 11,4% mendapatkan sosialisasi dari banner atau poster yang dicetak pada fasilitas umum, dan 2,6% lainnya mendapatkan sosialisasi dari pihak tempat mereka bekerja.

3.1.2 Wawancara

Wawancara bukan merupakan percakapan biasa. Menurut Amruddin *et al.* (2019) peneliti dapat memperoleh data secara maksimal melalui wawancara, namun di sisi lain memiliki kelemahan karena melibatkan aspek emosi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih dalam. Peneliti sebaiknya lebih aktif saat melakukan pengumpulan data dengan teknik ini agar pihak yang diwawancara mampu bersikap kooperatif sehingga informasi yang diperlukan menjadi terdapat lebih dalam. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik pengendara sepeda motor serta dapat mengetahui informasi terkait larangan penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor. Secara garis besar, jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Penelitian ini akan menggunakan wawancara terstruktur dimana pedoman wawancara akan disusun terlebih dahulu kemudian pertanyaan akan dibacakan secara berurutan. Adapun untuk pihak yang diwawancara dapat menjawab pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat mereka.

3.1.2.1 Wawancara dengan Pengemudi Ojek Online

Wawancara dengan Saputra dan Chalid sebagai narasumber pengemudi ojek *online* dilakukan untuk mendapatkan tanggapan mengenai pentingnya atribut kelengkapan saat berkendara. Wawancara berlangsung secara tatap muka yaitu penulis memberikan beberapa pertanyaan kepada pengemudi ojek *online* dan jawaban dari pertanyaan dijawab secara langsung pada tanggal 18 Februari 2023 berlokasi di lampu merah Jl. Tahi Bonar Simatupang Raya, Jakarta Selatan.

Pengemudi ojek *online* bernama Saputra dan Chalid merupakan pengendara sepeda motor aktif. Saputra

mengatakan bahwa penyebab kecelakaan bagi pengendara sepeda motor yaitu tata cara pengendara membawa kendaraannya yang tidak tertib dan membahayakan oranglain. Kelengkapan atribut yang aman saat berkendara juga tidak lupa untuk dibahas karena atribut yang lengkap saat berkendara sangat penting salah satunya penggunaan sepatu yang tidak ditentukan oleh jarak maupun cuaca.

Chalid menyebutkan alasan pengendara sepeda motor yang tidak menggunakan kelengkapan atribut yang aman saat berkendara adalah kepraktisan dan jarak. Jarak sangat berpengaruh terhadap kelengkapan atribut mereka saat berkendara karena jika jarak yang ditempuh tidak jauh maka mereka lebih memilih menggunakan atribut yang praktis seperti menggunakan sandal, tidak memakai helm, dan celana panjang atau jaket. Saputra menyebutkan bahwa dirinya tidak menggunakan sepatu saat terjadi musim penghujan, alasannya agar tetap nyaman saat berkendara karena sepatu yang dikenakan tidak basah.

Saputra dan Chalid menyebutkan bahwa saat ini sosialisasi mengenai kelengkapan atribut saat berkendara sepeda motor sudah diterapkan dari pihak mitra ojek *online*, tetapi kesadaran para pengendara sepeda motor menjadi pilihan untuk keselamatan mereka saat di jalan raya. Peraturan tentang perlindungan keselamatan pengguna sepeda motor yang sudah diberikan ternyata tidak memberikan dampak yang positif, Saputra menyebutkan masih banyak pengendara sepeda motor yang tidak lengkap saat berkendara bahkan saat ditegur oleh petugas lalu lintas kepada pengendara tersebut hanya diberikan himbauan saja dan tidak dilakukan proses tilang.



Gambar 3. 19 Wawancara Ojek Online

3.1.2.2 Wawancara dengan Pengemudi Kurir *Online*

Wawancara dengan narasumber yang bernama Adridan bekerja sebagai kurir dilakukan untuk mendapatkan tanggapan mengenai larangan penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor. Wawancara berlangsung pada tanggal 19 Februari 2023 berlokasi di Cilenggang, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten.

Pengemudi kurir *online* bernama Adri menggunakan sepeda motor sebagai transportasi yang penting dalam pekerjaannya seperti mengantarkan paket pesanan karena dapat menghemat waktu dan cepat sampai tujuan. Selain itu, sepeda motor dijadikan sebagai kendaraannya sehari – hari karena kepraktisannya saat melewati kemacetan di jalan raya. Adri mengatakan bahwa atribut kelengkapan saat berkendara itu penting, namun menjadi tidak praktis jika jarak yang ditempuh tidak jauh. Penggunaan sandal saat berkendara sepeda motor menjadi pilihan saat menempuh jarak yang

dekat karena praktis dan nyaman untuk digunakan dibandingkan dengan penggunaan sepatu.

Narasumber Adri mengaku bahwa ia sendiri masih sering dan menyukai penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor, sepatu hanya digunakan saat momen – momen tertentu saja seperti bekerja saat mengantar pesanan ataupun saat menghadiri acara tertentu. Adapun penyelenggaraan sosialisasi tata tertib saat berkendara sepeda motor tidak dipedulikan karena masih beranggapan keselamatan bukannya apa yang kita kenakan saat berkendara, tetapi keselamatan merupakan bagaimana cara kita membawa kendaraan kita. Kecelakaan di jalan raya tidak dapat diprediksi dan dengan menggunakan sepatu dapat meminimalisir resiko serta dapat melindungi kaki saat terjadinya kecelakaan.



Gambar 3. 20 Wawancara Kurir Online

3.1.2.3 Wawancara dengan Polisi Unit Lalu Lintas

Wawancara dengan Ipda Bayu Hadi Prayitno, S.H., selaku Panit 1 Lalu Lintas Polsek Kelapa Dua, Tangerang, Banten. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari ahli mengenai lalu lintas di jalanan Indonesia. Wawancara berlangsung pada tanggal 15 Maret 2023

berlokasi di Polsek Kelapa Dua, Jl. Raya Klp. Dua Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Serdang, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten.

Petugas kepolisian unit lalu lintas bernama Ipda Bayu Hadi Prayitno, S.H., menyebutkan sepeda motor merupakan alat transportasi yang sangat diminati masyarakat Indonesia karena biaya yang terjangkau dibandingkan dengan biaya kendaraan mobil dan dapat mempersingkat waktu diperjalanan saat terjadinya kemacetan. Ipda Bayu Hadi Prayitno menyebutkan kelengkapan atribut pelindung saat berkendara terdiri dari helm, sarung tangan, pelindung kaki atas dan pelindung kaki bawah, sepatu, dan pelindung badan, namun tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini banyak ditemukan pengendara motor yang mengabaikan terhadap kelengkapan atribut ini.

Ipda Bayu Hadi Prayitno menyebutkan penggunaan atribut yang lengkap saat berkendara dapat meminimalisir resiko cedera dan luka saat terjadinya kecelakaan di jalanan. Penggunaan sepatu yang menutupi seluruh bagian kaki dapat melindungi kaki dari luka akibat terkenanya goresan dan gesekan secara langsung dengan benda tajam, benda tumpul, dan aspal di jalan. Jika saat berkendara sepeda motor pengemudi menggunakan sandal dan terjadi kecelakaan, dapat dipastikan kaki tidak dapat terlindungi dari gesekan benda tajam, benda tumpul, dan aspal karena tidak ada yang menutupi dan melindungi kaki. Sepatu sebagai fungsi untuk meminimalisir resiko cedera kaki dari kecelakaan tersebut yang banyak orang mengabaikannya. Sepatu pun dibagi menjadi 2 macam sebagai atribut kelengkapan yaitu sepatu untuk jarak menengah yang disebut sepatu *sneakers* dan

sepatu jarak jauh yang disebut sepatu *touring* yang dikhususkan untuk perjalanan jauh.

Ipda Bayu Hadi Prayitno menyebutkan pengendara jika tidak menggunakan sepatu melainkan sandal saat berkendara tidak dilakukan proses tilang tetapi diberi himbauan kepada setiap pengemudi yang ditemukan menggunakan sandal untuk mengupayakan keselamatan para pengemudi. Atribut kelengkapan saat berkendara diharuskan sesuai dan nyaman untuk pengemudi supaya tidak kelelahan saat berkendara yang mengakibatkan hilangnya konsentrasi yang dapat berakibat fatal.

Sosialisasi mengenai tata tertib berlalu lintas sering dilaksanakan melalui seminar secara langsung dari pihak kepolisian unit lalu lintas kepada masyarakat serta mitra kerja seperti ojek *online*, sosialisasi di sekolah untuk pelajar, dan para komunitas motor. Sosialisasi ini diperlukan guna membantu masyarakat untuk lebih paham dan tertib saat di jalan. Ipda Bayu Hadi Prayitno menyebutkan hal utama agar kita dapat terhindar dari kecelakaan dalam berlalu lintas adalah tidak kurang tidur. Tidak kurang tidur merupakan hal kecil yang sering dilupakan bahkan diabaikan para pengemudi saat ingin bepergian, padahal jika para pengemudi sudah cukup tidur maka konsentrasi serta kebugaran fisik akan lebih baik dan aman saat berkendara.



Gambar 3. 21 Wawancara Polisi Unit Lalu Lintas

3.1.3 Observasi

Observasi merupakan cara yang sangat efektif untuk mengetahui kebiasaan yang dilakukan orang lain dalam konteks tertentu. Menurut Anggito dan Johan (2018) observasi lebih digemari oleh peneliti sebagai alat karena peneliti dapat melihat sendiri, mendengar, dan merasakan informasi yang ada secara langsung. Informasi yang diperoleh dari observasi dapat lebih mudah untuk diolah. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi natural sehingga observasi ini dilakukan tanpa adanya rencana manipulasi terhadap perilaku subjek serta dilakukan pada lingkungan alamiah.

3.1.3.1 Observasi Pertama



Gambar 3. 22 Lampu merah Pondok Pinang

Observasi pertama dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 13.59 WIB berlokasi di lampu merah Jl. Ciputat Raya, Pd. Pinang, Kota Jakarta Selatan. Observasi dilakukan pada akhir pekan dimana banyak orang – orang keluar untuk menghabiskan waktu liburannya. Kelengkapan atribut yang aman saat berkendara sepeda motor yaitu menggunakan helm sebagai pelindung kepala, jaket serta celana panjang untuk melindungi tubuh dari paparan angin, dan sepatu untuk melindungi kaki. Pengemudi sepeda motor yang tidak menggunakan kelengkapan atribut yang aman terlihat pada seorang ibu – ibu yang membawa dua anaknya ikut naik sepeda motor. Penggunaan helm hanya digunakan oleh ibu tersebut sedangkan dua anaknya tidak menggunakan

helm dan mengendarai kendaraan beroda dua tidak diperbolehkan lebih dari dua orang.

3.1.3.2 Observasi Kedua



Gambar 3. 23 Lampu merah Lebak Bulus

Observasi kedua dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 16.00 WIB berlokasi di lampu merah Lebak Bulus, Jl. Tahi Bonar Simatupang Raya Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Foto pada observasi kedua terlihat pengendara mampu menggunakan helm saat berkendara untuk melindungi dan peduli terhadap kepalanya, namun kepeduliannya tersebut tidak berlanjut pada atribut pakaiannya yang dikenakan karena pengendara menggunakan baju lengan pendek, celana pendek, bahkan menggunakan sandal saat berkendara sepeda motor.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.3.3 Observasi Ketiga



Gambar 3. 24 Lampu merah Fatmawati

Observasi ketiga dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 17.00 WIB berlokasi di lampu merah Fatmawati, Jl. R.A. Kartini Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Foto pada observasi ketiga terlihat dari sekian banyaknya pengendara sepeda motor hanya satu yang terlihat tertib menggunakan sepatu. Orang – orang lebih memilih menggunakan kaos kaki sebagai pelindung untukkakinya yang menggunakan sandal, padahal kaos kaki hanya mampu melindungi kaki dari paparan sinar matahari dan tidak dapat meminimalisir resiko cedera jika terjadinya kecelakaan di jalan raya.

3.1.3.4 Observasi Keempat



Gambar 3. 25 Halte Tugu Narkoba 1

Observasi keempat dilaksanakan pada tanggal 1 Mei 2023 pukul 16.52 WIB berlokasi di Halte Tugu Narkoba 1, Jl. Sholeh Iskandar, Cibuluh, Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat. Sama halnya dengan ketiga observasi sebelumnya, observasi yang dilakukan di kota yang berbeda menunjukkan hasil yang serupa dimana ditemukan pengendara sepeda

motor yang belum sadar akan pentingnya penggunaan sepatu. Berdasarkan gambar 3.25 dapat dilihat baik pengendara ataupun penumpang yang berboncengan tidak menggunakan sepatu untuk melindungi kaki mereka selama perjalanan. Mayoritas dari mereka hanya menggunakan helm untuk melindungi kepala mereka dan jaket serta celana panjang untuk melindungi badan mereka. Dapat disimpulkan bahwa di dua kota yang berbeda masih banyak pengendara sepeda motor yang kurang peduli terhadap atribut keamanan saat berkendara terutama dalam hal penggunaan sepatu.

3.2 Studi Eksisting

3.2.1 Kampanye Anti Rokok saat Berkendara di Jalan Raya

Salah satu kampanye yang telah dilakukan dengan sasaran para pengemudi di jalan raya berkaitan dengan ajakan untuk tidak merokok di jalan raya. Aksi kampanye ini dilakukan di Kota Surabaya dengan lokasi tepatnya di Jalan Banyu Urip pada hari Sabtu, 13 Juli 2019. Kampanye ini merupakan salah satu bentuk kepedulian dari mahasiswa di salah satu institut di Surabaya yaitu Institut Informatika Indonesia (IKADO). Berbagai bentuk kegiatan dilakukan dalam kampanye sosial ini dan memanfaatkan beberapa media diantaranya spanduk dan sticker.



Gambar 3. 26 Kampanye Sosial dengan Media Spanduk
Sumber : ikado.ac.id

Spanduk menjadi salah satu media yang dipilih oleh para mahasiswa IKADO karena kegiatan kampanye sosial

dilakukan secara langsung dengan turun ke jalan. Bentuk kegiatan yang dilakukan salah satunya yaitu menyampaikan bahaya merokok saat berkendara dimana dampak negatifnya dapat dirasakan oleh pengendara lain ataupun pengendara itu sendiri. Penyampaian informasi dilakukan saat lampu merah sehingga para pengendara yang saat itu tengah berhenti dapat mendengar informasi yang disampaikan oleh mahasiswa dan spanduk dipilih sebagai media karena memiliki ukuran yang relatif besar. *Headline* yang digunakan pada kampanye sosial anti rokok saat berkendara di jalan raya ini adalah #StopEgois di Jalan. Menurut Chow dan Lie (2010) adanya *headline* dapat membuat sasaran menjadi tertarik dan dapat fokus terhadap tema yang diangkat dalam sebuah kampanye. Selain menyampaikan informasi secara langsung di depan pengendara, para mahasiswa juga membagikan *sticker* kepada beberapa pengemudi.



Gambar 3. 27 Kampanye Sosial dengan Membagikan Stiker
Sumber : ikado.ac.id

Sticker menjadi media lain yang dipilih agar para sasaran selalu ingat terkait informasi yang disampaikan dalam kampanye. *Sticker* merupakan media yang dapat dengan mudah dibawa kemana pun dan diletakkan pada tempat-tempat sesuai dengan keinginan pemilik *sticker*. Harapannya apabila sasaran selalu ingat dengan informasi yang disampaikan saat kampanye akan terjadi perubahan ke arah yang positif sehingga tujuan kampanye dapat tercapai

yaitu dalam hal ini tidak ada lagi pengendara yang merokok saat mereka berkendara. Tambahan lain dari kegiatan kampanye yang dilakukan oleh mahasiswa IKADO Surabaya adalah dengan membantu mengambil puntung rokok yang baru saja dibuang oleh pengendara atau sudah berserakan di jalan raya. Berdasarkan penjelasan tersebut dilengkapi pula dengan analisis *strength*, *opportunities*, *weakness*, dan *threat* yang akan disajikan pada tabel 3.11 sebagai berikut :

Tabel 3. 11 Analisis SWOT dalam Kampanye Anti Rokok saat Berkendara di Jalan Raya

Analisis SWOT	
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikator kampanye dapat melihat sasarannya secara langsung sehingga dapat mengetahui respon dari masing-masing sasaran 2. Media kampanye yang dipilih berupa spanduk dengan ukuran besar dapat mendukung dan membantu menjelaskan inti pesan yang ingin disampaikan kepada sasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak semua sasaran fokus mendengar pesan yang disampaikan dalam kampanye 2. Posisi komunikator saat menyampaikan pesan semuanya berada di depan sehingga hanya pengendara yang berada di depan saja yang dapat menerima pesan dengan jelas
<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan kampanye dilakukan pada lokasi yang strategis sehingga sasarannya tepat 2. Kampanye dapat dilakukan berulang setiap lampu merah sehingga sasarannya berbeda dan dapat terus bertambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sasaran yang kontra terhadap isi pesan yang disampaikan dapat melakukan tindakan tidak mengenakan secara langsung

3.2.2 Kampanye Bahaya Ponsel saat Berkendara

Ponsel menjadi alat yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Salah satu pekerjaan yang banyak menggunakan ponsel adalah ojek *online*. Ojek *online* akan

menggunakan ponsel untuk mencari penumpang dan mengantarkan penumpang sesuai dengan tujuannya sehingga ponsel seringkali digunakan saat mereka berkendara. Hal ini tentu sangat berbahaya karena membuat pengendara tidak fokus ke jalan raya. Salah satu komunitas penggemarotomotif yaitu “Kutu Community” seringkali mengadakan kampanye sosial bertemakan tertib dalam berlalu lintas dengan bentuk kegiatan dan sasaran yang berbeda-beda. Kegiatan kali ini bertemakan “Ponsel + Naik Motor = MAUT” dan difokuskan untuk para pengemudi ojek *online*.



Gambar 3. 28 Poster Kampanye Sosial Kutu Community
Sumber : naikmotor.com

Kegiatan ini tidak dilakukan di jalan raya melainkan mendatangi langsung salah satu markas pengemudi ojek *online* di kawasan Depok. Markas biasa digunakan sebagai tempat berkumpul para pengemudi sehingga sasaran dapat lebih mudah dijangkau. Kegiatan kampanye diawali dengan penyampaian informasi secara santai sambil berbincang sehingga dialog yang terbentuk mengalir begitu saja dan komunikasi dapat dengan mudah berlangsung secara dua arah. Topik obrolan yang diangkat dalam sesi diskusi saat itu terkait bahaya yang terjadi dan kemungkinan-kemungkinan lain yang akan dirasakan orang lain jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Ada dua media yang dimanfaatkan dalam kampanye ini diantaranya adalah pin dan juga spanduk.



Gambar 3. 29 Spanduk sebagai Media Kampanye Kutu Community
Sumber : naikmotor.com



Gambar 3. 30 Pin sebagai Media Kampanye Kutu Community
Sumber : naikmotor.com

Spanduk yang digunakan sebagai media kampanye kemudian dipajang pada markas pengemudi ojek *online*. Tujuannya agar para pengemudi selalu ingat bahaya dari digunakannya ponsel saat berkendara. Kutu *community* juga memberikan pin untuk masing-masing sasaran dengan desain yang sama. Pin ini kemudian dapat ditempelkan pada jaket yang mereka gunakan selama berkendara dan mencari penumpang. Pemilihan pin sebagai media kampanye memiliki harapan serupa agar para pengemudi ojek *online* selalu ingat pesan yang disampaikan dalam kampanye. Selain itu karena pin dapat dengan mudah dibawa kemana-mana, sesuatu yang dikenakan atau aksesoris dapat menarik perhatian orang lain sehingga pesan kampanye juga dapat diingat oleh orang lain yang melihat pin tersebut.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A

Tabel 3. 12 Analisis SWOT Kampanye Bahaya Ponsel saat Berkendara

Analisis SWOT	
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye dilakukan dengan pendekatan yang santai 2. Kampanye dilakukan oleh orang sebayadengan perbedaan usia yang relatif dekat 3. Komunikasi dapat berlangsung secara dua arah sehingga komunikator mendapatkan umpan balik dari obrolan yang terbentuk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sasaran dari kampanye memiliki jangkauan yang tidak terlalu luas
<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Antusias yang tinggi dari sasaran karena pola komunikasi yang terbentuk bersifat santai (tidak memaksa dan menggurui) 2. Pin yang dijadikan sebagai media kampanye menjadi salah satu benda yang menarik perhatian orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tuntutan pekerjaan pengemudi ojek <i>online</i> yang memang tidak bisa berjauhan dari ponsel

3.2.3 Indonesia Ayo Aman Berlalu Lintas

Berdasarkan laporan We Are Social (2022) instagram menjadi media sosial ke dua yang paling banyak diminatioleh masyarakat di Indonesia setelah instagram. Persentase pengguna dari media sosial instagram mencapai 84,8%. Adanya hal ini dimanfaatkan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibeberapa bidang salah satunya adalah otomotif. Perusahaan tersebut adalah astra dimana mereka membuat satu akun di instagram khusus untuk mengedukasi dan mengajak pengikutnya untuk peduli terhadap keselamatan

saat berkendara. Akun yang memiliki nama pengguna iaabl.amanaja saat ini sudah memiliki lebih dari 12.000 pengikut.

Instagram dari Indonesia Ayo Aman Berlalu Lintas ini aktif untuk membagikan postingan yang dapat mengedukasi masyarakat terkait hal-hal seputar lalu lintas dan jalan raya. Selain aktif mengedukasi masyarakat, banyak kegiatan yang dilakukan untuk mendukung terciptanya keselamatan saat berkendara seperti fun drive, kompetisi pembuatan video kreatif seputar safety riding, dan kompetisi antar kampus untuk dinobatkan sebagai kampus pelopor keselamatan berkendara. Kegiatan secara online juga dilakukan mulai dari webinar dengan mengundang narasumber yang ahli dibidangnya. Gerakan kampanye ini memiliki sasaran yang luas yaitu seluruh masyarakat di Indonesia dengan usia yang beragam pula. Kampanye yang dilakukan pun sangat mengikuti perkembangan zaman sehingga harapannya tujuan dari kampanye dapat dengan mudah tercapai.

Tabel 3. 13 Analisis SWOT Indonesia Ayo Aman Berlalu Lintas

Analisis SWOT	
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye melalui media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas 2. Kampanye melalui media sosial dapat menekan biaya pengeluaran 3. Pesan kampanye yang ingin disampaikan dapat beradaptasi dengan tren dimasyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas posting yang berubah-ubah dapat membuat orang lain lupa terhadap akun media sosial ini
<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Beragam kegiatan yang ditawarkan dalam kampanye ini dapat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat menimbulkan mispersepsi dari masyarakat terhadap

<p>menimbulkan semangat dan kepedulian dari masyarakat</p> <p>2. Akun media sosial yang tidak dikunci dan postingan yang tersimpan dalam akun dapat dilihat oleh seluruh pengguna media sosial instagram kapan pun sehingga <i>insight</i> dapat terus bertambah</p>	<p>pesan yang disampaikan</p> <p>2. Masyarakat dapat memberikan beragam respon diantaranya yang mengandung unsur SARA karena identitas tidak dapat dilihat dan diketahui secara langsung</p>
--	--

3.3 Studi Referensi

3.3.1 Kampanye Keselamatan Berkendara Adira

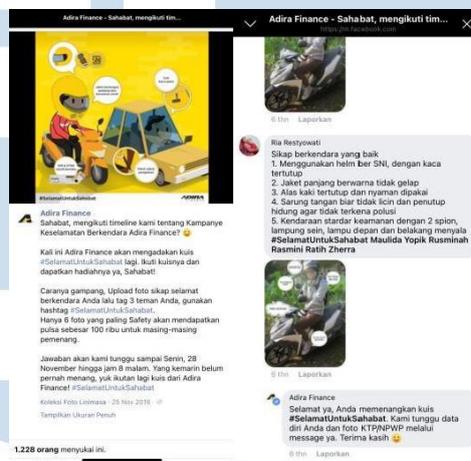
Adira memanfaatkan media sosial facebook sebagai media untuk promosi sekaligus mengedukasi pengikutnya. Media sosial dipilih karena memiliki beberapa fitur seperti dapat memposting foto dengan keterangan di bawahnya dan orang lain dapat memberikan umpan balik berupa *like*, *comment*, serta *share*. Salah satu postingan yang dapat penulis contoh yaitu poster dengan pembahasan seputar hal-hal yang harus dibawa dan digunakan saat berkendara motor ataupun mobil.



Gambar 3. 31 Kampanye Keselamatan Berkendara Adira
Sumber : facebook.com

Secara sekilas desain yang ada dalam poster terlihat sederhana dan pemilihan warnanya identik dengan Adira.

Kelebihan yang ada pada postingan ini terletak pada cara Adira mengajak sasaraannya, di sini adalah para pengikutnya untuk berpartisipasi dalam kegiatan kampanye melalui kegiatan kuis. Adira, di dalam keterangan fotonya mengajak para pengikutnya untuk mengirimkan bukti foto bertemakan sikap selamat dalam berkendara. Para pengikut yang mengirimkan bukti foto paling aman menurut Adira akan dinobatkan sebagai pemenang dan diberikan hadiah.



Gambar 3. 32 Contoh Umpan Balik Masyarakat
Sumber : facebook.com

Adanya ajakan seperti ini dapat membuat orang tertarik untuk ikut serta menampilkan pendapat mereka terkait atribut keselamatan saat berkendara sehingga pihak Adira mengetahui. Selain itu, masing-masing orang juga dapat melihat pendapat dari orang lain yang menambah wawasan dari berbagai sudut pandang. Pemenang juga diumumkan langsung dalam kolom komentar sehingga orang lain dapat membaca dan mencontoh atribut keselamatan yang dianggap paling benar.

3.3.2 Edukasi *Safety Riding* Honda Sumut

Honda di Sumatera Utara menjadi salah satu *main dealer* Honda yang turut serta dalam kampanye *safety riding* bagi para pengguna motor terutama motor Honda. Akun

instagram milik *dealer* ini menjadi media untuk mengerakkan aksinya. Beragam postingan yang dibagikan melalui akunnya berhasil mendapatkan banyak *likes* dan juga komentar salah satunya dalam postingan yang terlihat pada gambar 3.33 sebagai berikut.



Gambar 3. 33 Kampanye Stop Berbelok yang Salah
Sumber : instagram.com

Poster yang terlihat hanya berisi gambar dan dilengkapi tulisan “Stop Berbelok Seperti Ini” tidak ada penjelasan lebih lanjut terkait hal lainnya seperti bahaya. Honda Sumatera menjelaskan informasi lebih lanjut pada keterangan di bawahnya seperti posisi yang menjelaskan belok seperti itu salah dan bahayanya jika dilakukan. Selain berbagi informasi, mereka juga ingin mengetahui pendapat para pengikut di Instagramnya terkait hal ini sehingga diketerangan mereka menulis “Kira-kira bahaya apa nih yang bisa terjadi dengan posisi seperti ini ya Honda Lovers??”. Ajakan untuk orang lain dilakukan secara sukarela sehingga orang lain boleh ikut berkomentar ataupun tidak dan apabila mereka ikut berpartisipasi tidak akan mendapatkan hadiah seperti apa yang dilakukan oleh Adira, meskipun demikian orang lain tetap banyak yang ikut berkomentar. Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasannya semakin

sering akun instagram itu berinteraksi dengan membagikan postingan dan mengajak orang lain untuk ikut berkomentar terhadap postingan itu, maka akan semakin mudah orang lain ikut berpartisipasi dipostingannya.

3.3.3 *Open Volunteer atau Promotor Campaign*

Siswahub menjadi salah satu akun dimedia sosial Instagram yang sering berbagi informasi sekaligus kegiatan kampanye. Kegiatan dalam kampanye ini akan mengajak orang lain untuk ikut andil menyebarkan informasi tertentu di media sosial pribadi mereka. Panitia dari kampanye siswahub sebelumnya membuka rekrutmen bagi seluruh pengguna instagram yang ingin menjadi bagian dari komunikator untuk menyampaikan pesan kampanye secara sukarela. Berikut salah satu poster yang diposting pada akun media sosial mereka dalam rangka mengajak orang lain untuk berpartisipasi dalam kampanye mereka.



Gambar 3. 34 Poster Ajakan untuk Kampanye
Sumber : [instagram.com/siswahub](https://www.instagram.com/siswahub)

Setelah menemukan orang yang cocok untuk ikut berkampanye, para komunikator ini terlebih dahulu akan diberikan materi sebagai bahan persiapan agar informasi yang disampaikan tidak keliru. Para komunikator ini akan melakukan kampanye dengan menyebarkan postingan berupa poster yang telah dibuat oleh siswahub secara serentak

sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye tersebut memiliki bentuk yang sama dengan jangkauan yang luas. Hal ini dikarenakan para *volunteer* yang menjadi komunikator menyebarkan pesan dengan akun pribadi mereka masing-masing yang memiliki pengikut berbeda-beda. Salah satu contoh postingan dalam kegiatan kampanye dapat dilihat pada gambar 3.35 sebagai berikut.

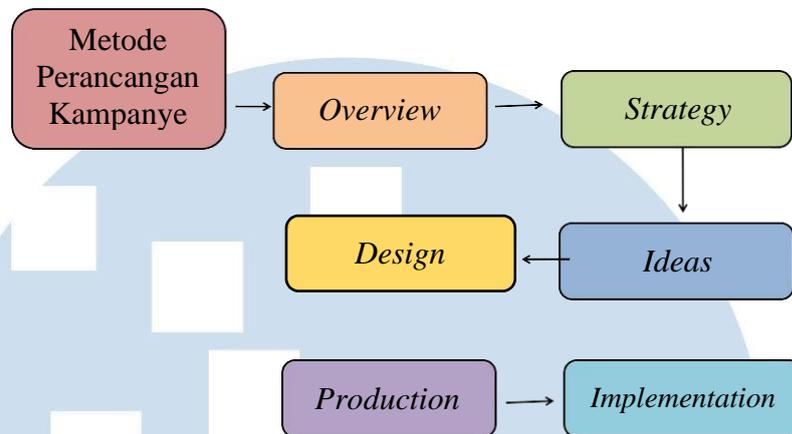


Gambar 3. 35 Bentuk Kampanye secara Serentak di Instagram
Sumber : [instagram.com/siswahub](https://www.instagram.com/siswahub)

Biasanya kegiatan kampanye sejenis ini akan dilakukan pada periode tertentu antara 5 hari sampai dengan 7 hari. Poster yang mereka sebarluaskan juga berbeda tiap harinya dan seringkali juga diselingi dengan opini pribadi individu sehingga para *volunteer* dapat ikut berinspirasi dalam kegiatan kampanye ini. Para *volunteer* juga terkadang akan mengajak pengikutnya untuk ikut serta berpartisipasi dalam kampanye ini sehingga cara ajakan seperti ini seringkali dilakukan pada kampanye di media sosial Instagram karena mampu menarik massa dalam skala besar.

3.4 Metodologi Perancangan

Suatu kegiatan perancangan kampanye sosial dapat dilakukan dengan enam tahapan menurut Landa (2014), enam tahapan yang dimaksud dalam teori Landa adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 36 Metodologi Perancangan Kampanye Sosial

3.4.1 Overview

Overview menjadi tahap awal dalam perancangan kampanye sosial larangan penggunaan sosial saat mengendarai sepeda motor. Tahap ini diawali dengan melakukan riset dalam rangka memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk sebuah perancangan. Variabel yang ingin diketahui dalam tahap *overview* diantaranya identifikasi masalah yang terjadi, kemudian mengidentifikasi target sasarannya, dan menentukan tujuan yang ingin dicapai.

3.4.2 Strategy

Tahap kedua yang dilakukan dalam sebuah perancangan kampanye sosial adalah melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan. Hasil data yang telah dianalisis digunakan untuk menyusun strategi yang tepat. Strategi disusun dalam bentuk *creative brief* yang selanjutnya digunakan sebagai pedoman dalam merancang suatu komunikasi visual.

3.4.3 Ideas

Tahap ini dilakukan untuk menentukan pesan baik yang akan disampaikan terkait topik penelitian yang dipilih. Selain menentukan pesan yang akan disampaikan, pemilihan media yang dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan

informasi juga dilakukan pada tahap *ideas*. *Brainstorming* menjadi teknik yang digunakan dalam tahap ketiga ini.

3.4.4 Design

Setelah membuat konsep pada tahap sebelumnya, ide-ide dituangkan dalam sketsa sebelum didigitalisasikan. Hasil sketsa yang telah disetujui kemudian digitalisasikan sehingga menghasilkan visual dari kampanye sosial sesuai topik penelitian yang dipilih.

3.4.5 Production

Tahap produksi berisi finalisasi desain yang telah dibuat. Tahap ini merupakan fase eksekusi dari visual yang telah ditentukan dalam media baik itu berbasis layar, cetak, ataupun suasana lingkungan yang menghasilkan solusi yang diterapkan.

3.4.6 Implementation

Implementasi menjadi tahap akhir yang dilakukan dalam perancangan kampanye sosial. Evaluasi dilakukan pada tahap ini untuk meninjau solusi yang telah diterapkan. Setelah fase evaluasi dilakukan, selanjutnya dilakukan tahap finalisasi sehingga menghasilkan suatu bentuk kampanye sosial.

