

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN**

#### **3.1 Metodologi Penelitian dalam Pengumpulan Data**

Metodologi penelitian merupakan sebuah proses untuk mengumpulkan data yang akan digunakan sebagai rangkaian perancangan kampanye sosial larangan penggunaan jas hujan ponco pada saat mengendarai sepeda motor. Metode yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif dengan fokus untuk menggali dampak salam menggunakan jas hujan ponco. Metode ini dapat membantu penelitian penulis terhadap kurangnya kepedulian masyarakat dalam pemilihan jas hujan pada saat berkendara. Strategi untuk mengumpulkan data yang akan digunakan berupa observasi, wawancara, serta studi referensi.

##### **3.1.1 Observasi**

Pada dasarnya Indonesia memiliki iklim yang tropis, hal ini dikarenakan Indonesia berada pada tata letak di garis khatulistiwa, Indonesia juga memiliki karakteristik pada iklim tropis yang terjadi, dimana memiliki suhu kelembaban yang bisa mencapai diangka 30 derajat celcius. Indonesia memiliki dua iklim, yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Pada dasarnya terdapat pegunungan yang tinggi serta beberapa pulau besar juga mempengaruhi setiap wilayah, namun pada wilayah Indonesia memiliki intensitas hujan yang lebih banyak dibandingkan dengan wilayah lainnya.

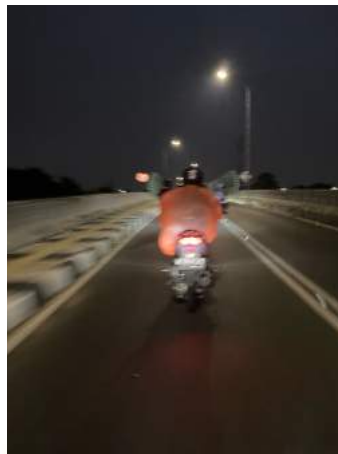
Kurangnya edukasi masyarakat terhadap penggunaan jas hujan pada saat mengendarai sepeda motor dapat mengakibatkan kerugian bagi diri sendiri maupun pengendara lain. Jas hujan umumnya memiliki dua jenis yaitu jas hujan *training* (atas dan bawah) serta jas hujan ponco. Seiring berkembangnya zaman jas hujan juga memiliki varian bahan yang awal mulanya tercipta menggunakan bahan dasar karet, pada saat ini juga ada yang berbahan dasar plastik.

Salah satu cara yang efektif dalam melakukan penelitian yaitu, dengan cara turun langsung ke lapangan melihat kebiasaan masyarakat yang

mengendarai sepeda motor cara ini dapat dikatakan sebagai tahap observasi. Observasi merupakan sebuah alat untuk meneliti dengan terjun langsung kelapangan untuk melihat, mendengar, serta merasakan informasi yang didapat secara langsung. (Anggito dan Johan, 2018). Pada tahapan observasi, penulis menggunakan observasi yang natural dengan kondisi lingkungan yang terjadi secara alami.

#### **3.1.1.1 Pengendara yang Memakai Jas Hujan Ponco Plastik**

Observasi pertama dilakukan penulis pada tanggal 29 Januari 2024 pada pukul 18.11 WIB yang berlokasi di Tanah Kusir, Jakarta Selatan. Pada observasi ini, penulis melihat seseorang ojek online menggunakan peranti keamanan dalam berkendara yang lengkap seperti, helm, jaket, celana panjang, dan sepatu. Akan tetapi pengendara ojek online ini menggunakan jas hujan ponco yang tidak melindungi pakaian dari air secara optimal serta dikarenakan cuaca berangin jas hujan menjadi membesar dan dapat membahayakan pengendara lain.



Gambar 3.1 Jalan Tanah Kusir

#### **3.1.1.2 Pengendara yang Memakai Jas Hujan Ponco Karet**

Observasi kedua dilakukan penulis pada tanggal 31 Januari 2024 pada jam 22.30 WIB yang berlokasi di Grogol, Jakarta

Pusat. Foto tersebut diabadikan oleh penulis ketika hujan sedang turun, dalam foto tersebut terlihat seorang pengendara menggunakan kelengkapan berkendara seperti helm, namun pengendara tersebut mengabaikan tentang penggunaan jas hujan ponco yang akan berpotensi tersangkut pada ban dan berakibat fatal untuk pengendara.



Gambar 3.2 Grogol Jakarta Pusat

### 3.1.1.3 Pengendara yang Memakai Jas Hujan Bahan Campuran

Observasi ketiga dilakukan penulis pada tanggal 3 Februari 2024 pukul 00.45 WIB yang berlokasi di Permata Hijau Jakarta Selatan. Foto tersebut diabadikan oleh penulis ketika sedang hujan turun, dan pengendara sedang mengendarai sepeda motornya. Sangat jelas terlihat bahwa jas hujan ponco model seperti itu sangat membahayakan dirinya sendiri serta pengendara lain. Terlilitnya jas hujan ponco di roda belakang dan pada bagian depan menutupi lampu motor sehingga pencahayaan menjadi tidak optimal.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.3 Permata Hijau

#### **3.1.1.4 Pengendara dan Penumpang yang Menggunakan Jas Hujan Ponco**

Observasi terakhir yang penulis lakukan pada tanggal 3 Februari 2024 pukul 01.49 yang berlokasi di Bintara Bekasi Barat. Penulis melakukan observasi pada kota yang berbeda, hal tersebut dilakukan penulis dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kesadaran masyarakat dalam pemilihan jas hujan pada saat berkendara. Pada foto tersebut terlihat pengendara ojek online sedang melakukan pengantaran terhadap penumpangnya dengan memakai alat keselamatan berkendara yang baik. Namun pengendara ojek online masih mengabaikan keselamatan penumpangnya dengan menggunakan jas hujan ponco, pengendara maupun penumpang memakai jas hujan ponco yang berpotensi berakibat fatal serta penggunaan jas hujan kepada penumpang juga menutupi bagian lampu belakang sehingga dapat menyebabkan kerugian untuk diri sendiri maupun orang lain.



Gambar 3.4 Bintara Bekasi Barat

### **3.1.1.5 Kesimpulan**

Setelah melakukan observasi-observasi, penulis dapat mengambil kesimpulan kurangnya kesadaran serta kepedulian pengendara dalam mengendarai sepeda motor adalah salah satu faktor kecelakaan kendaraan bermotor. Tidak hanya ketertiban berlalu lintas, faktor yang menyebabkan kerugian bagi keselamatan diri sendiri juga terhadap pemilihan jas hujan ponco yang dinilai tidak tepat. Alasan utama jas hujan ponco digunakan dikarenakan lebih efisien cara penggunaannya serta mudah ditemukan

Kebiasaan terhadap peranti keselamatan, hal ini yang menjadi masalah yang terjadi di Indonesia. Bagi pengendara sepeda motor, memakai pakaian yang nyaman pada saat mengendarai motor menjadi hal yang utama. Oleh karena itu, dengan kebiasaan negatif yang sudah dilakukan hal ini yang menjadikan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain.

Masyarakat Indonesia belum memiliki kesadaran dengan akibat yang akan muncul khususnya bagi pengendara aktif sepeda motor, jika dilihat dari data yang ada bahwa sepeda motor menjadi salah satu kendaraan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Hal ini menjadi perhatian khusus tidak hanya diri sendiri, tetapi juga pihak lainnya untuk saling mengingatkan atau mensosialisasikan tentang pemilihan jas hujan yang tepat pada saat berkendara motor.

### **3.1.2 Wawancara**

Wawancara sering digunakan sebagai bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tatap muka serta melontarkan pertanyaan secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan data atau informasi. Wawancara akan dilakukan terlebih dahulu kemudian atas pertanyaan tersebut akan dipaparkan secara berurutan. Pertanyaan yang dilontarkan biasanya dengan pertanyaan umum disesuaikan dengan pembahasan yang dibahas dan pemikiran partisipan atau narasumber. Penulis sebagai yang



melakukan wawancara dengan bebas menanyakan berbagai pertanyaan kepada partisipan, dan mengembangkan pertanyaan serta memutuskan sendiri masalah yang seperti apa yang akan dimunculkan. Namun Penulis juga harus mempunyai tujuan penelitian atas masalah yang akan digali. Umumnya, hasil wawancara bisa terjadi perbedaan antara narasumber 1 (satu) dengan yang lainnya. Narasumber bebas dalam menjawab pertanyaan, baik secara isi maupun panjang pendeknya yang dipaparkan. Sehingga dapat diperoleh informasi secara rinci.

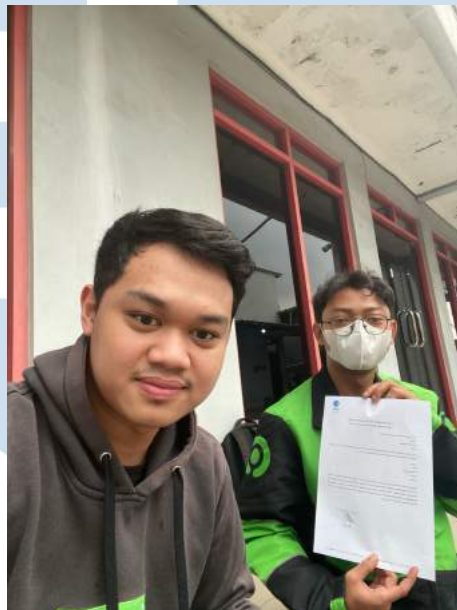
### **3.1.2.1 Wawancara dengan Pengendara Ojek *Online*.**

Narasumber pertama yaitu pengendara ojek *online* atas nama Afrizal yang merupakan pengendara sepeda motor aktif. Wawancara berlokasi di Jalan Boulevard Alam Sutera pada tanggal 13 Februari 2024. Wawancara dilakukan secara luring dengan melontarkan pertanyaan dan dijawab secara langsung.

Afrizal selaku pengemudi ojek *online* berpendapat bahwa salah satu alasan yang membuat pengendara menggunakan jas hujan ponco yaitu, memiliki fitur yang efisien serta memiliki ukuran yang cenderung besar, sehingga bisa dipakai dalam waktu yang singkat. Kepraktisan jas hujan ponco menjadi alasan yang utama untuk menunjang produktivitas pengendara motor aktif, terlebih jika pengendara ojek *online* sering mendapatkan pesanan makanan ketika hujan dan harus memasuki sebuah restaurant yang dituju. Oleh karena itu pemilihan jas hujan ponco merupakan pilihan yang tepat dalam kepraktisan pengendara ojek *online*.

Afrizal mengatakan pada saat setelah pendaftaran ojek *online*, para pendaftar mendapatkan sosialisasi keamanan dalam berkendara motor kepada mitra ojek *online*. Namun sosialisasi yang diberikan berupa pemahaman berkendara secara umum seperti kesiapan kendaraan dan kelengkapan berkendara yaitu, helm, jaket, sepatu, celana panjang, dan jas hujan. Akan tetapi sosialisasi tentang

keselamatan berkendara tidak dilakukan secara rinci, hal ini yang membuat sosialisasi menjadi tidak maksimal. Afrizal menyebutkan bahwa masih banyak pengendara motor yang melakukan pelanggaran serta mengabaikan keselamatan untuk diri sendiri serta penumpang. Kesadaran dalam berkendara motor menjadi pilihan masing-masing untuk keselamatan serta ketertiban mereka pada saat di jalan raya.



Gambar 3.5 Wawancara dengan Ojek Online

### **3.1.2.2 Wawancara dengan Polisi Banit Polres Jakarta Barat**

Wawancara dengan dengan Haryva Zandy, S.H., selaku Banit Kepolisian Resor Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis melakukan wawancara dengan salah satu anggota kepolisian terkait dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Wawancara dilakukan secara luring serta daring. Untuk wawancara luring dilakukan secara tidak terstruktur pada tanggal 5 April 2024 yang berlangsung disalah satu tempat makan yang berada di daerah Pondok Kacang, Tangerang Selatan. penulis hanya membahas secara dasar tentang permasalahan jas hujan ponco yang terjadi pada waktu

yang dekat ini. Kemudian untuk wawancara selanjutnya dilakukan secara daring pada tanggal 19 April 2024 melalui *whatsapp* dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mendalam terkait jas hujan ponco.

Haryva Zandy S.H., selaku Banit Polres mengatakan alat transportasi utama masyarakat Indonesia yaitu sepeda motor, sepeda motor menjadi salah satu alat transportasi yang paling digemari dibandingkan dengan alat transportasi mobil, dikarenakan kondisi jalanan yang hampir di setiap harinya macet. Bahkan setiap tahunnya pasti mengalami kenaikan jumlah premotor yang ada di Indonesia. Haryva Zandy S.H., juga menyebutkan bahwa kebanyakan mayoritas pengendara motor sudah perlahan sadar akan keselamatan dalam berkendara. Jakarta merupakan salah satu kota yang padat akan mobilitas masyarakatnya, hal ini menyebabkan masyarakat lebih memilih kendaraan bermotor sebagai alat penunjang mobilitasnya setiap hari. Para pengendara motor juga sudah mulai sadar akan pentingnya penggunaan helm saat berkendara serta kelengkapan lainnya seperti jaket dan jas hujan.

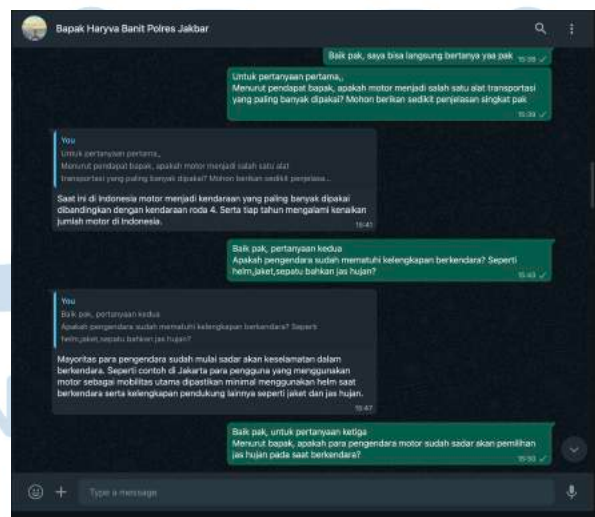
Haryva Zandy S.H., juga berpendapat bahwa penggunaan alat peranti keselamatan merupakan salah satu faktor penting ketika kita ingin memakai kendaraan bermotor. Jika para pemotor sudah tertib memakai alat peranti keselamatan, dapat dipastikan setidaknya mengurangi resiko cedera jika terjadi kecelakaan. Kecelakaan lalu lintas akibat pemakaian jas hujan ponco memang bukan menjadi faktor terbesar terjadinya kecelakaan lalu lintas. Namun, ditemukan beberapa kasus kecelakaan lalu lintas yang disebabkan oleh jas hujan ponco dan tidak jarang jas hujan ponco terlilit oleh ban motor.

Menurut Haryva Zandy, S.,H pemilihan jas hujan tidak dipengaruhi oleh jarak tempuh dekat maupun jauh. Namun jika ada pengendara motor yang masih memakai jas hujan ponco tidak akan



dilakukan penilangan, hanya dilakukan himbuan oleh pengendara motor yang memakai jas hujan ponco. Alat peranti keselamatan harus bersifat nyaman untuk para pengendara motor dan di rekomendasikan agar pakaian yang dikenakan pada saat mengendarai motor dipastikan menempel pada tubuh, hal ini diperlukan untuk menghindari para pengendara motor kehilangan konsentrasi akibat terganggunya keseimbangan para pengendara motor itu sendiri.

Himbuan atau sosialisasi pernah dilakukan pada kepolisian terkait bahaya penggunaan jas hujan ponco. Haryva Zandy S.H., juga mengatakan bahwa sosialisasi juga pernah dilakukan kepada para komunitas motor, ojek *online*, dan para pengendara motor yang berada di jalan dengan tujuan untuk mengedukasi para pengendara akan bahayanya penggunaan jas hujan ponco saat berkendara. Salah satu faktor utama untuk meminimalisir kecelakaan adalah dengan menggunakan alat peranti keselamatan seperti helm, jaket, celana panjang, dan sarung tangan. Selain itu, kurangnya istirahat juga mampu menjadikan penyebab seorang pengendara akan berpotensi kecelakaan dikarenakan kurangnya konsentrasi pada saat berkendara.



Gambar 3.6 Wawancara Banit Polres

### 3.1.2.3 Wawancara dengan Kurir Biro Jasa

Wawancara bersama dengan Wahyudi selaku pengendara aktif yang setiap harinya menggunakan kendaraan bermotor untuk melakukan pekerjaannya sehari-hari. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi tentang bahaya penggunaan jas hujan ponco saat berkendara. Pengendara wahyudi memakai sepeda motor untuk pekerjaan yang dijalaninya sebagai alat transportasi utama. Hal ini disebabkan karena, sepeda motor merupakan sebuah alat transportasi yang praktis, hemat, dan efisien. Wahyudi menyampaikan bahwa keselamatan pada saat menggunakan kendaraan menjadi hal yang penting. Jas hujan ponco bukan menjadi pilihan utama pada saat melakukan aktivitas sehari-hari, dikarenakan jas hujan ponco memiliki kekurangan yaitu dapat mengganggu pengendara lain.

Kurir biro jasa wahyudi juga sudah sadar akan bahaya penggunaan jas hujan ponco. Hal utama yang menjadikan wahyudi tidak menggunakan jas hujan ponco dikarenakan tidak terlindung secara optimal. Wahyudi juga mengakui bahwa ia masih membawa jas hujan ponco untuk keperluan jika sewaktu-waktu dibutuhkan. Kurir biro jasa Wahyudi juga mengatakan bahwa kesehariannya ia masih menggunakan jas hujan model training, dikarenakan dapat terlindung secara keseluruhan. Jarak tempuh jauh maupun dekat tidak menjadi pertimbangan untuk menggunakan jas hujan ponco bagi kurir biro jasa Wahyudi. Kurir biro jasa tersebut juga belum menemukan adanya himbauan atau sosialisasi selama ia mengendarai sepeda motor pada jalan-jalan protokol. Wahyudi mengetahui jas hujan ponco berbahaya hanya sekilas melihat kanal berita pada televisi ataupun jejaring sosial. Adanya himbauan atau tidak menurut Wahyudi mengatakan bahwa keselamatan para pengendara motor ketika hujan bukan dari model jas hujan yang dipakai, namun keselamatan berkendara ketika hujan merupakan hal pribadi, dengan cara para

pengemudi mengemudikan kendaraannya masing-masing. Musibah yang terjadi ketika kita mengendarai sepeda motor ketika hujan tidak dapat diduga, setidaknya dengan tidak memakai jas hujan ponco dapat mengurangi resiko kecelakaan pada saat berkendara.



Gambar 3.7 Wawancara dengan Kurir Biro Jasa

### 3.1.3 Studi Existing

#### 3.1.3.1 Kampanye Keselamatan Berkendara

Sepeda motor merupakan moda transportasi yang gemar digunakan oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dengan penggunaan sepeda motor untuk moda transportasi utama, dibutuhkan kesadaran masyarakat akan keselamatan berkendara.



Gambar 3.8 Kampanye keselamatan Berkendara  
Sumber : [naikmotor.com](http://naikmotor.com)

Kegiatan yang dilakukan oleh salah satu komunitas motor ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberi informasi serta kesadaran bagi pengendara motor akan pentingnya keselamatan pada saat berkendara. Kegiatan kampanye sosial ini dilakukan pada tahun 2015 dengan anggota dari *Kutu Community* mencapai 60 orang bersama dengan Polsek Cilandak. Adapun dalam kegiatan kampanye tersebut diawali dengan memberikan informasi akan pentingnya keselamatan berkendara serta hal-hal yang mungkin akan terjadi jika para pengendara lalai dalam keselamatan diri sendiri dan dapat merugikan orang lain. Adapun pemanfaatan media yang digunakan pada kampanye ini berupa spanduk dan stiker.



Gambar 3.9 Kampanye Keselamatan Berkendara  
Sumber : [naikmotor.com](http://naikmotor.com)

Pemanfaatan media spanduk pada kegiatan kampanye digunakan untuk ditaruh pada pos polisi sekitar dengan tujuan agar para pengendara motor selalu ingat akan keselamatan ketika berkendara. Media kampanye lainnya berupa stiker, dengan tujuan untuk dibagikan kepada masyarakat sekitar yang sedang melewati jalan tersebut dan dapat ditempelkan pada kendaraan masing-masing dengan harapan untuk selalu memngingat akan keselamatan berkendara pada diri sendiri serta orang lain yang melihatnya.

Tabel 3.1 Analisis SWOT Kampanye Keselamatan Berkendara

Strength	Weakness
1. Kampanye diselenggarakan melalui pendekatan langsung kepada masyarakat.	1. Kampanye dilakukan pada lalu lintas setempat serta memiliki jangkauan yang sempit.
Opportunities	Threat
1. Antusiasme yang terbentuk antara komunitas dan polisi setempat dapat menciptakan pola penyampaian informasi dan edukasi yang secara alami (tidak memaksa).	1. Produktivitas masyarakat Indonesia memaksa untuk memakai kendaraan bermotor sebagai moda transportasi utama

### 3.1.3.2 Kampanye Aman Berkendara

Kampanye ini merupakan kampanye yang dilakukan oleh Honda serta didukung penuh oleh Polres Tangerang. Kampanye tersebut memberikan serta mengingatkan para pengendara aktif sepeda motor untuk memakai alat peranti keselamatan seperti helm, sarung tangan, dan sepatu. Pada kegiatan kampanye ini, dilakukan di daerah Tangerang Kota pada tahun 2018 yang didukung penuh oleh Polres setempat. Adapun alasan kampanye ini dilakukan oleh Honda sebagai salah satu bentuk perhatian kepada masyarakat akan pentingnya peranti keselamatan ketika menggunakan kendaraan bermotor. Kampanye sosial tersebut memanfaatkan media spanduk serta helm untuk aksi sosialnya.





Gambar 3.10 Kampanye Aman Berkendara  
Sumber : wahanahonda.com

Pada kampanye sosial tersebut, Honda memilih spanduk sebagai medianya dan kampanye tersebut dilakukan secara turun langsung kejalan. Adapun maksud dari kegiatan tersebut yang memiliki pesan untuk menyampaikan bahwa aman berkendara adalah hal yang penting dilakukan para pengendara bermotor. Jika para pengendara tidak peduli terhadap tata cara berkendara akan menimbulkan kerugian bagi pengendara bahkan penumpangnya. Penyebaran informasi dilakukan ketika lampu merah, dengan tujuan agar pengendara yang sedang menunggu lampu lalu lintas dapat membaca ataupun mendengar informasi yang diberikan. Adapun *Hashtag* yang diberikan yaitu #Cari\_aman saat naik motor, dengan tujuan untuk memfokuskan *target audiens* serta memberi informasi akan tema yang dirancang dalam sebuah kampanye sosial tersampaikan. Honda juga membagikan helm secara gratis kepada beberapa pengendara yang sedang melintas.



Gambar 3.11 Pemberian Informasi dan Edukasi  
Sumber : wahanahonda.com

Helm menjadi salah satu media pendukung para kampanye sosial yang dilakukan Honda dengan tujuan untuk para pengendara selalu ingat akan keselamatan dan pentingnya alat peranti keselamatan salah satunya helm. Helm merupakan media pendukung kampanye sosial yang merupakan salah satu bentuk pengingat masyarakat untuk selalu aman saat berkendara dengan harapan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta informasi yang diberikan akan selali ingat bagi pengendara sepeda motor. Adapun tujuan lain untuk mengubah persepsi masyarakat kearah yang positif dengan selalu memakai alat peranti keselamatan dengan jarak dekat ataupun jauh.

Tabel 3.2 Analisis SWOT Kampanye Aman Berkendara

Strength	Weakness
1. Penyampaian komunikator dapat secara langsung mencapai target sasaran serta dapat mengetahui respon masyarakat.	1. Penyampaian pesan berada pada posisi didepan sehingga apa yang disampaikan oleh pengendara hanya terdengar pada barisan depan pengendara.
Opportunities	Threat
1. Kampanye sosial dilakukan pada daerah yang tepat sasaran sehingga penyampaian pesan menjadi optimal	1. Merujuk pada sasaran yang positif mengenai isi pesan yang disampaikan dapat menimbulkan Tindakan yang mengarah kearah yang lebih positif

### 3.1.3.3 Kampanye Keselamatan Berlalu Lintas

Berdasarkan data yang di dapat oleh mengatakan, bahwa penggunaan media sosial Facebook mencapai diangka 179,5 juta pengguna (Monavia Ayu Rizaty, 2023). Hal ini yang dimanfaatkan oleh salah satu instansi negara untuk melakukan kampanye sosial pada media sosial. Instansi tersebut merupakan Dishub DIY yang dimana sebuah instansi tersebut membuat akun media sosial facebook untuk meyalurkan informasi serta edukasi untuk mengajak para pengikutnya akan sadar keselamatan berlalu lintas. Facebook tersebut aktif dalam memberikan informasi-informasi tentang keselamatan berlalulintas dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat dan menyadarkan masyarakat dalam mengambil sikap keselamatan berlalulintas. Pada kampanye sosial ini dapat memiliki dampak yang luas kepada target sasaran di media sosial. Kampanye sosial ini dilakukan seiring berkembangnya zaman dan dalam proses penyampaian kampanye ini dapat dengan mudah tersampaikan dengan optimal.



Gambar 3.12 Kampanye Keselamatan Berlalu Lintas

Sumber : <https://www.facebook.com/photo?fbid=913393129127225&set=pcb.913393279127210>

Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan sebuah kampanye sosial pada media sosial Facebook. Kampanye sosial tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat akan pentingnya alat peranti keselamatan berkendara. Pada unggahan media sosial tersebut, terdapat

informasi-informasi tentang perlengkapan berkendara saat menggunakan sepeda motor.

Tabel 3.3 Tabel SWOT Kampanye Keselamatan Berlalu Lintas

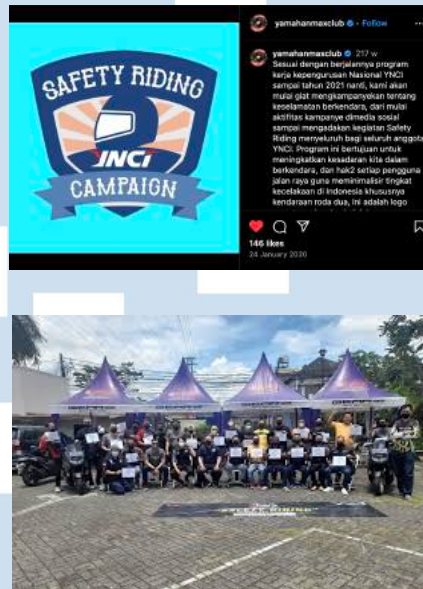
Strength	Weakness
1. Kampanye ini dilakukan pada media sosial sehingga memiliki jangkauan yang luas 2. Kampanye pada media sosial juga dapat menekan biaya yang dikeluarkan 3. Pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye dapat mengikuti perkembangan zaman serta tren di masyarakat	1. Jarak waktu yang lama dapat menimbulkan efek negative yang membuat orang lain lupa terhadap akun media sosial tersebut.
Opportunities	Threat
1. Kegiatan kampanye tersebut dapat menimbulkan energi positif yang ada di masyarakat 2. Pada akaun media tersebut dapat diakses dengan mudah untuk melihat informasi yang diberikan	1. Pesan yang disampaikan dapat menimbulkan berbagai persepsi dari tanggapan masyarakat

### 3.1.4 Studi Referensi

#### 3.1.4.1 Kampanye Keselamatan Berkendara Yamaha Nmax Club

Yamaha nmax club menggunakan media sosial Instagram untuk mengenalkan komunitas motor serta memanfaatkannya untuk memberi edukasi terhadap pengikutnya. Adapun kelebihan media sosial ini dipilih karena dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat serta dapat disebarluaskan kepada masyarakat lain. Pada

unggahannya akun media sosial tersebut, penulis menemukan contoh poster yang memiliki unsur kampanye sosial tentang keselamatan berkendara bagi para pengendara motor.



Gambar 3.13 Kampanye Keselamatan Berkendara Oleh Komunitas Motor  
Sumber : [https://www.instagram.com/p/CfUhu1\\_BZL8/](https://www.instagram.com/p/CfUhu1_BZL8/)

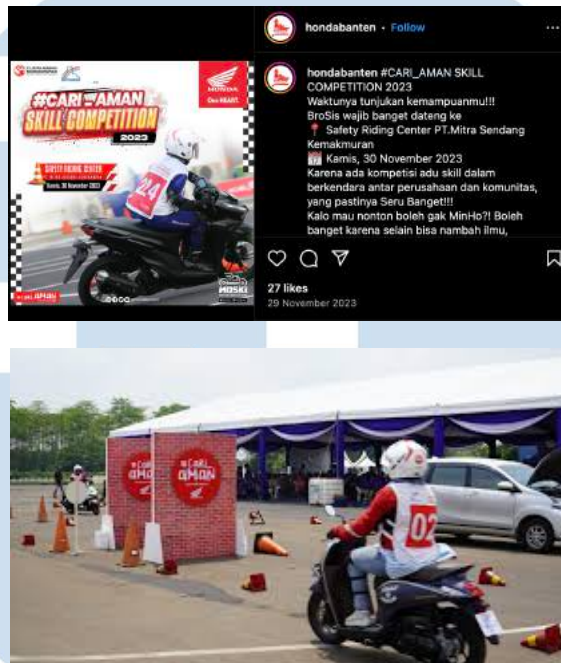
Pada contoh tersebut dapat dilihat bahwa poster tersebut memiliki desain yang sederhana dengan permainan warna yang cenderung dinamis. Akan tetapi, pada unggahan tersebut memiliki *caption* yang berisikan tentang ajakan bagi para pengendara motor akan pentingnya keselamatan berkendara. Kampanye tersebut memiliki efek positif bagi para target sasaran dengan adanya ajakan serta memberikan informasi akan pentingnya keselamatan berkendara yang tepat dan benar.

#### 3.1.4.2 Edukasi Aman Berkendara Honda Banten

Salah satu mitra honda yang berada pada daerah Banten merupakan sebuah *dealer* besar di tempatnya untuk menjual produk kendaraan bermotor Honda. Akun Instagram pada Honda Banten ikut turut serta dalam kampanye sosial bagi para pengendara motor.



Adapun berbagai postingan yang diunggah berhasil mendapatkan *awareness* pada unggahan tersebut.



Gambar 3.14 Edukasi Aman Berkendara Honda Banten  
Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cv8k5anSpG5/>

Pada salah satu poster dapat dilihat berisikan sebuah acara dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah aksi sosial yang dimana pada sebuah poster tersebut juga memiliki tulisan berupa “#CARI-AMAN”. namun tidak ada informasi lebih detail mengenai hal-hal yang dapat membahayakan lainnya. Namun Honda Banten memiliki sebuah proses penyampaian pesan yang berbeda, proses penyampaian pesan dilakukan dengan adanya sebuah acara lomba mengendarai motor dan mendapatkan hadiah yang menarik bagi para pesertanya. Hal ini dilakukan selain untuk mempromosikan produk, Honda Banten juga melakukan lomba dengan tujuan untuk mengetahui seberapa penting menguasai sepeda motor dan juga mengetahui seberapa peduli masyarakat menggunakan alat peranti keselamatan seperti helm. Hal ini juga bisa secara tidak langsung berdampak positif tentang keselamatan berkendara terhadap

masyarakat seiring dengan melakukan kegiatan acara yang diikuti oleh masyarakat serta masyarakat juga akan merasakan dampak positifnya secara natural.

### 3.1.5 Penyelenggara kampanye

Masihian.id merupakan salah satu sebuah organisasi kampanye yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk membagikan informasi dan kegiatan untuk melakukan kampanye sosial. Kegiatan yang dilakukan berupa ajakan kepada masyarakat untuk menyebarkan sebuah informasi yang akan disebarkan kepada setiap pengikutnya. Pengurus organisasi tersebut biasanya mengunggah sebuah kegiatan pada akun media sosialnya dengan tujuan untuk mengajak masyarakat untuk ikut dalam kegiatan sosial tersebut secara sukarela.



Gambar 3.15 Poster Ajakan Untuk Mengikuti Kegiatan Kampanye Sosial  
Sumber : [https://www.instagram.com/p/C4fYtHGJqnx/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C4fYtHGJqnx/?img_index=1)

Unggahan tersebut dilakukan untuk memberikan informasi kepada pengikutnya untuk ikut serta dalam kegiatan sosial tersebut. Setelah mendapatkan peserta, panitia tersebut akan memberikan *brief* untuk peserta sebagai awal persiapan kampanye sosial. Kemudian para peserta nantinya akan diarahkan untuk mengunggah aksi kampanye sosial tersebut pada akun media sosial pribadi masing-masing dengan tujuan untuk menjangkau jangkauan yang lebih meluas. Hal tersebut dilakukan karena peserta akan diposisikan sebagai komunikator untuk menyebarkan informasi pada akun

media sosial masing-masing yang memiliki berbagai macam pengikut yang berbeda.



Gambar 3.16 Bentuk Donasi yang Dilakukan Untuk Mendukung Kegiatan Sosial  
Sumber : [https://www.instagram.com/p/C4fYtHGJqnx/?img\\_index=3](https://www.instagram.com/p/C4fYtHGJqnx/?img_index=3)

Kegiatan kampanye sosial ini dilakukan dengan rentang waktu 3-7 hari serta dalam kondisi tertentu. Setelah para komunikator melakukan unggahan pada media sosial masing-masing, bagi mereka yang ingin ikut serta namun tidak bisa secara langsung datang, masyarakat juga bisa berdonasi sebagai bentuk keikutsertaan pada kampanye sosial. Mekanisme ajakan seperti yang dilakukan ini dengan tujuan untuk mencapai cakupan yang lebih luas dengan menarik target sasaran dalam skala yang jauh lebih besar.

### 3.2 Metodologi Perancangan

Landa (2014) memberikan pendapat, bahwa sebuah perancangan pada kampanye sosial memiliki tahapan-tahapan yang terdapat pada salah satu teori Landa yaitu :

#### 1. *Overview*

Pada tahapan pertama yaitu berupa tahapan *overview*, tahapan pertama ini dilakukan dalam perancangan kampanye sosial larangan penggunaan jas hujan ponco saat mengendarai sepeda motor. Tahapan pertama ini melakukan riset yang bertujuan untuk mendapatkan informasi-

informasi yang dibutuhkan pada sebuah proses perancangan. Adapun pada tahap ini merupakan variabel digunakan untuk mengidentifikasi suatu masalah yang terjadi, serta tahap selanjutnya mengidentifikasi kepada target sasaran, dan dapat menemukan pesan atau sebuah tujuan.

## **2. Strategy**

Pada tahapan kedua, dalam melakukan perancangan kampanye sosial dapat melakukan analisis dengan data yang sudah didapat. Kemudian, dari analisis data yang telah dikumpulkan menjadikan sebuah bahan strategi yang tepat. Strategi dirancang dalam bentuk informasi kreatif yang akan digunakan sebagai acuan perancangan komunikasi visualnya.

## **3. Ideas**

Pada tahapan ketiga ini, merupakan tahapan terhadap suatu topik penelitian dengan tujuan untuk menentukan pesan yang ingin disampaikan, penentuan terhadap media juga merupakan hal penting yang nantinya akan digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Salah satu teknik *brainstorming* merupakan Teknik yang digunakan pada tahapan ini.

## **4. Design**

Pada tahapan keempat, setelah menentukan konsep dari tahapan sebelumnya. Refrensi serta ide lalu dituangkan kedalam sebuah sketsa sebelum melakukan tahap digitalisasi. Dari hasil sketsa yang telah dibuat serta sudah di asistensi, kemudian akan berlanjut pada tahap digitalisasi yang akan menghasilkan sebuah visual untuk topik yang sudah dipilih sebelumnya.

## **5. Production**

Pada tahapan kelima, merupakan sebuah finalisasi dari desain yang sudah dirancang. Pada tahapan ini merupakan proses eksekusi dengan rujukan yang telah ditentukan dalam media yang berbasis cetak, layar, ataupun kondisi lingkungan serta dapat terciptanya sebuah solusi yang sudah diterapkan.

## **6. Implementation**

Pada tahapan keenam merupakan tahapan terakhir dalam melakukan perancangan sebuah topik yang sudah dipilih. Kemudian pada tahap akhir ini dilakukan sebuah evaluasi dengan tujuan untuk melihat sesuatu solusi yang sudah diterapkan. Pada masa evaluasi berlangsung, kemudian akan melakukan tahap akhir yang menciptakan sebuah kampanye sosial.

