

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut buku *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Kusrianto, 2007), Desain Komunikasi Visual adalah suatu bidang pengetahuan yang memfokuskan pada pemahaman konsep-konsep komunikasi dan ekspresi kreatif melalui berbagai media dengan tujuan menyampaikan pesan dan ide secara visual. Dalam proses ini, elemen-elemen grafis seperti bentuk, gambar, pengaturan huruf, serta tata letak dan perpaduan warna diatur dengan cermat. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa pesan dan gagasan dapat diterima secara efektif oleh audiens yang dituju. Sementara itu, dalam buku *Graphic Design Solutions* (Landa, 2013), desain grafis dijelaskan sebagai bentuk komunikasi visual yang berperan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens yang dituju. Landa (2013) juga mencatat bahwa desain grafis memiliki kemampuan untuk memengaruhi perilaku audiens dengan menggunakan media yang dapat memberikan daya persuasi, informasi, identifikasi, motivasi, dan keterlibatan. Oleh karena itu, desain grafis dapat dianggap sebagai sebuah alat yang sangat efektif dalam mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

##### 2.1.1 Elemen Desain

Dalam proses perancangan desain, individu desainer harus memiliki pengetahuan mendalam dan kemahiran dalam mengendalikan elemen-elemen desain. Elemen-elemen ini merupakan komponen dasar yang digunakan dengan maksud menciptakan pola visual yang disesuaikan dan diperluas sesuai dengan tujuan solusi desain yang dikehendaki. Menurut Landa (2013), ada empat elemen pokok dalam desain yang perlu mendapatkan perhatian khusus, yaitu :

##### 1. Garis

Titik adalah elemen dasar terkecil yang membentuk sebuah garis.

Dalam konteks digital yang berbasis layar, titik ini lebih dikenal sebagai

piksel, yang berfungsi untuk meningkatkan ketajaman gambar. Garis dapat memiliki berbagai bentuk, seperti lurus, melengkung, atau sudut. Garis memegang peran penting dalam mengelola tata letak visual, membentuk batas dan wilayah dalam suatu karya, serta membantu audiens untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk tertentu.



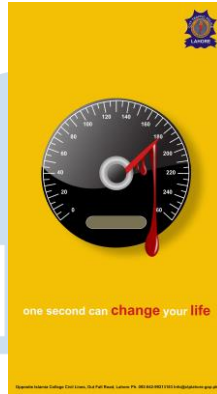
Gambar 2. 1 Garis

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/16255781/awareness-of-traffic-rules-campaign-> (2014)

## 2. Bentuk

Bentuk adalah komponen yang timbul akibat interaksi antara garis dan ruang hingga membentuk suatu tampilan khusus. Bentuk dapat mengambil berbagai bentuk, termasuk bentuk geometris yang memiliki panjang dan lebar. Tetapi semua bentuk ini dapat diterapkan dari tiga bentuk dasar, yakni persegi, segitiga, dan lingkaran. Dalam konteks bentuk, ada dua prinsip yang berperan, yaitu figur dan latar belakang, atau sering disebut sebagai ruang positif dan ruang negatif, yang saling membentuk komposisi elemen dalam suatu bentuk.

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



Gambar 2. 2 Bentuk

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/16255781/awareness-of-traffic-rules-campaign-> (2014)

### 3. Warna

Warna merupakan suatu elemen dalam desain yang paling menonjol karena berperan penting dalam menarik perhatian audiens. Elemen warna dihasilkan melalui pantulan dari cahaya pada suatu benda. Setiap warna memiliki pigmen warna yang berbeda. Pigmen merupakan pantulan cahaya yang berinteraksi dengan zat kimia sehingga menimbulkan karakteristik tiap warna. Warna dibagi menjadi 3 kategori yaitu :

#### a. Hue

*Hue* adalah elemen pertama pada warna dan perumpamaan yang digunakan untuk merujuk kepada warna-warna yang dipantulkan cahaya. *Hue* mampu menghasilkan berbagai sensasi visual dan persepsi yang beragam dalam spektrum warna yang luas, melahirkan sejumlah warna dengan karakteristik dan ciri khas yang berbeda.



Gambar 2. 3 Hue Color Wheel

Sumber: <https://www.color-meanings.com/shade-tint-tone-difference> (2013)

*Hue* dapat dibagi menjadi 3 kelompok utama yaitu :

**1) Warna primer**

Warna primer merupakan warna dasar yang dipadukan untuk menghasilkan warna lain. Contoh warna primer : merah, biru dan kuning.

**2) Warna sekunder**

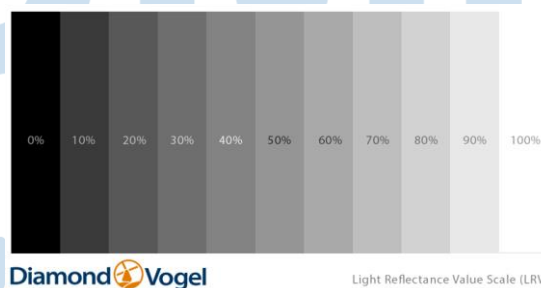
Warna sekunder merupakan gabungan dari dua warna warna primer. Contoh : oranye (merah dan kuning), hijau (kuning dan biru), dan ungu (merah dan biru).

**3) Warna tersier**

Warna tersier merupakan gabungan dari warna premier dan sekunder. Contohnya yaitu merah-ungu, biru-hijau, dan kuning-oranye.

**b. Value**

*Value* merujuk pada tingkat kecerahan atau kegelapan suatu warna tertentu. Ini adalah atribut yang memengaruhi sejauh mana warna tersebut terlihat terang atau gelap. Perubahan pigmen dengan menambah warna hitam atau putih akan merubah kecerahan sebuah warna. Landa (2013) juga menjelaskan bahwa *value* memengaruhi persepsi atau penampilan warna tertentu dalam sebuah gambar atau desain.



Gambar 2. 4 *Value Scale*

Sumber: <https://www.diamondvogel.com/architectural/blog/what-is-lrv> (2016)

### c. *Saturation*

Saturasi mengindikasikan tingkat kecerahan suatu warna. Warna-warna paling padat memiliki tingkat *chroma* yang paling tinggi dan tidak mencampur dengan warna netral contohnya hitam atau putih. Saat digunakan dalam sebuah komposisi, warna yang sangat padat akan terlihat lebih mencolok dibandingkan dengan warna yang kurang padat saat diletakan bersama-sama.



Gambar 2. 5 *Saturation Color*

Sumber: <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color> (2023)

## 4. **Tekstur**

Dalam seni dan desain, tekstur mengacu pada karakteristik visual dan sentuhan permukaan suatu objek atau gambar. Tekstur dapat berupa sentuhan kasar, halus, bergerigi, berbulu, atau jenis sentuhan lainnya yang dapat dilihat atau dirasakan. Konsep tekstur berperan penting dalam menciptakan dimensi dan kedalaman visual dalam karya seni dan desain. Terdapat 2 jenis tekstur yaitu tekstur asli dan tekstur visual. Tekstur asli bisa dirasakan secara langsung, sedangkan tekstur visual tidak bisa dirasakan secara fisik dan hanya dapat dilihat oleh mata.



Gambar 2. 6 PSA Against Using Your Phone While Driving

Sumber: <https://www.buzzfeed.com/chrisemelberger/psa-against-using-your-phone-while-driving-a7wz> (2013)

Penggunaan tekstur secara teliti dapat memberikan pengalaman yang kaya pada suatu komposisi, menambah nuansa dan kekayaan visual. Seniman dan desainer seringkali menggunakan berbagai teknik untuk mereplikasi atau membuat tekstur, baik melalui lukisan, gambar, patung, atau menggunakan media lainnya. Tekstur juga dapat digunakan untuk menciptakan kontras dalam suatu komposisi, menarik perhatian audiens, atau menyampaikan berbagai makna atau pesan.

### 2.1.2 Prinsip Desain

Robin Landa (2014) dalam buku "*Graphic Design Solutions: Fifth Edition*", menyatakan saat proses perancangan suatu karya penting untuk menerapkan prinsip-prinsip dasar desain. Diperlukan wawasan yang mencakup aspek konsep, tipografi, gambar, visualisasi, serta elemen formal yang berperan sebagai elemen-elemen penting dalam membentuk struktur dan komposisi karya yang berkaitan satu sama lain. Berikut merupakan prinsip-prinsip desain :

### A. *Balance*

*Balance* atau keseimbangan merupakan distribusi visual yang seragam pada seluruh komponen dari setiap elemen sehingga menciptakan stabilitas. Penting untuk menciptakan keseimbangan yang seragam baik secara vertikal maupun horizontal dalam penempatan karya visual agar tercipta keseimbangan yang harmonis. *Balance* dibagi menjadi 2 jenis yaitu *symmetry* dan *asymmetry*. *Symmetry* adalah bentuk keseimbangan visual yang dicapai dengan mencerminkan kesetaraan antara kedua sisi terhadap pusat yang sama. Di sisi lain, *Asymmetry* adalah tampilan visual yang mencapai keseimbangan dengan cara yang berbeda, yaitu dengan menyusun satu elemen tanpa melakukan pantulan cermin.



Gambar 2. 7 Poster *Titanic* Dengan Prinsip *Balance*

Sumber: [https://s3-eu-west-](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/content.propstore.com/auction/1a2016/listings/lot517/img01.jpg)

[1.amazonaws.com/content.propstore.com/auction/1a2016/listings/lot517/img01.jpg](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/content.propstore.com/auction/1a2016/listings/lot517/img01.jpg) (1997)

### B. *Visual Hierarchy*

*Visual Hierarchy* atau hirarki visual adalah prinsip penting dalam pengaturan elemen visual dan informasi, yang dicapai melalui penekanan *emphasis*. Penekanan *emphasis* adalah proses mengedepankan elemen-elemen visual tertentu dalam urutan visual, menjadikannya lebih dominan daripada yang lain. Hirarki

visual berfungsi untuk mengatur informasi sehingga audiens dapat memahaminya dengan lebih baik. Elemen-elemen visual ditempatkan dalam urutan berdasarkan tingkat penekanan atau kepentingannya, sehingga beberapa elemen menjadi lebih mendominasi daripada yang lain.

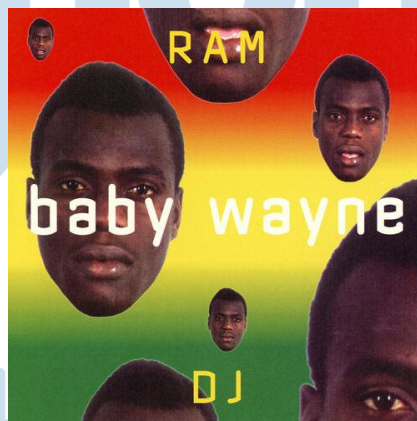


Gambar 2. 8 Penerapan Prinsip *Visual Hierarchy*

Sumber: <https://digitalsynopsis.com/design/visual-hierarchy-graphic-design-principles> (2022)

### C. *Rhythm*

*Rhythm* atau ritme dalam dunia desain adalah pengulangan yang kuat dan konsisten dalam menampilkan visual hingga menciptakan irama. Kunci pada penerapan prinsip *Rhythm* terletak pada pengulangan yang dapat membuat visual menjadi memiliki pola.



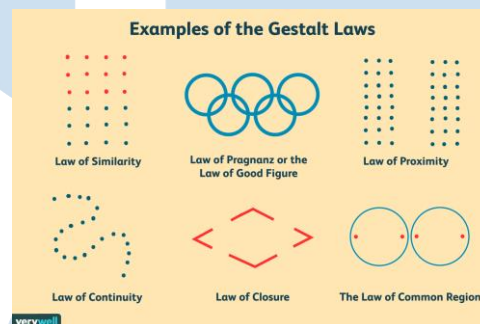
Gambar 2. 9 Penerapan Prinsip *Rhythm* Album *Baby Wayne*

Sumber: <https://www.deezer.com/en/artist/85793> (1993)



#### D. Unity

*Unity* atau kesatuan adalah gabungan elemen-elemen visual yang dikombinasikan yang saling berkaitan menjadi satu kesatuan. Audiens dapat dengan mudah mengenali dan memahami komposisi yang memiliki *unity*, karena konsep ini berhubungan dengan prinsip-prinsip *Gestalt* yang memengaruhi persepsi dalam suatu komposisi. Untuk mencapai *unity* harus memperhatikan *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common region*, dan *good figure*. Dengan menciptakan keselarasan di antara elemen-elemen tersebut, seluruh desain akan terlihat sebagai sebuah kesatuan yang menyatu dan terpadu, di mana tiap elemen visual tampaknya berada di tempat yang tepat dan sesuai.



Gambar 2. 10 Contoh *Gestalt Laws*

Sumber: <https://www.verywellmind.com/gestalt-laws-of-perceptual-organization-2795835> (2023)

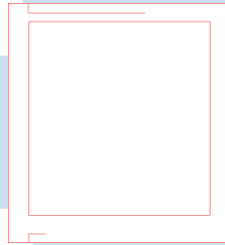
#### 2.1.3 *Grid dan Layout*

Landa (2013) mengemukakan bahwa *layout* merujuk pada susunan visual yang melibatkan penempatan teks dan gambar dalam halaman cetak atau digital. Dalam proses perancangan *layout*, *grid system* digunakan sebagai alat bantu untuk memastikan bahwa audiens dapat dengan mudah menerima informasi yang disajikan. *Grid*, di sisi lain, merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengatur posisi teks dan elemen visual lainnya. Desain visual ini diciptakan untuk menyampaikan informasi

secara logis dan menyoroti elemen yang kritis. Terdapat tiga jenis *grid* yang sering digunakan dalam penyusunan layout yaitu :

### 1. *Single Column Grid*

Sistem *grid* satu kolom, atau juga dikenal sebagai *grid* naskah, adalah sistem *grid* yang paling dasar. karakteristiknya mencakup adanya ruang kosong di sekeliling kolom, berfungsi sebagai margin. Margin ini berperan sebagai bingkai proporsional yang bisa memiliki sifat simetris atau tidak simetris.

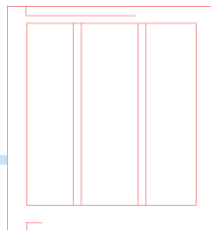


Gambar 2. 11 *Single Column Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types> (2011)

### 2. *Multi Column Grid*

*Multi Column Grid* atau Grid multi-kolom menurut Landa (2013), adalah sistem *grid* yang dirancang untuk menjaga tampilan yang teratur dalam desain. Landa menggunakan perumpamaan ini dengan garis-garis di kolam renang yang membantu para perenang untuk tetap berenang di jalur yang telah diciptakan.

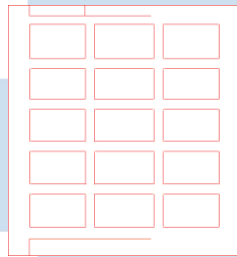


Gambar 2. 12 *Multi Column Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types> (2011)

### 3. *Modular Grid*

*Modular Grid* atau grid modular, menurut Landa (2013), adalah sistem *grid* yang terbentuk dari potongan-potongan kolom dan garis-garis panduan yang membentuk modul atau bagian yang dapat diatur sesuai kebutuhan desain. Dalam sistem ini, teks dan elemen visual dapat ditempatkan dalam lebih dari satu modul *grid*.



Gambar 2. 13 *Modular Grid*

Sumber: <https://vanseodesign.com/web-design/grid-types> (2011)

#### 2.1.4 **Tipografi**

Menurut Landa (2014), tipografi merujuk pada desain karakter atau huruf yang digabungkan menjadi elemen visual yang seragam, termasuk angka, huruf, tanda baca, dan aksen. Tipografi merupakan salah satu aspek yang umumnya terlibat dalam perancangan desain dan variasi tulisan dalam bentuk 2 dimensi. Terdapat berbagai macam bentuk tulisan yang bervariasi dan ditemukan dalam berbagai hasil karya visual. Peran tipografi memiliki signifikansi yang penting dalam konteks visual untuk mengkomunikasikan pesan dengan efektif. Desain karakter dalam tipografi dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dalam suatu desain.

##### 2.1.4.1 **Klasifikasi *Typeface***

Klasifikasi *typeface* dibagi menjadi beberapa kategori jenis. Robin Landa (2014) mengklasifikasikan jenis-jenis tersebut *typeface* sebagai berikut :

1. Old style

Merupakan typeface jenis *roman*, diperkenalkan pada akhir abad ke-15. Ditandai dengan karakteristik *serif* yang bersudut dan berkurung. Contoh : Garamond

2. Transisional

jenis typeface *serif* pada akhir abad-18, *old style* berkembang menjadi lebih *modern*. Tipe font tersebut memadukan kedua karakteristik desain. Proporsi font yang geometris dengan meningkatkan kontras tebal dan tipis pada stroke.

Contoh : Baskerville dan Century.

3. Modern

Dikembangkan pada akhir abad-18, typeface bentuk *serif* yang berbentuk geometris serta memiliki karakteristik di tebal dan tipisnya garis penekanan vertikal. Merupakan typeface paling simetris. Contoh : Bodoni dan Walbaum.

4. Slab serif

Diperkenalkan pada awal abad-19, Typeface bentuk *serif* dengan karakteristik tebal seperti lempengan batu.

Contoh : Bookman dan Claredon.

5. Sans serif

Diperkenalkan pada awal abad-19, memiliki bentuk sederhana dari *serif* dan tidak memiliki elemen guratan garis lengkung.

Contoh : Helvetica

6. Black letter

Diperkenalkan pada manuskrip abad pertengahan, bisa juga disebut sebagai *gothic*. Typeface ini memiliki karakteristik garis yang tebal dan huruf yang padat dengan sedikit lekukan.

Contoh : Textura

7. Script

Typeface ini berbentuk seperti tulis tangan, memiliki karakteristik adanya lekukan yang fleksibel dan tiap huruf

digabungkan. biasanya bentuk huruf ini dibuat dengan pulpen kaligrafi. Contoh : Brush Script

#### 8. Display

typeface ini didesain untuk digunakan dalam ukuran yang besar dan seringkali digunakan untuk headline ataupun judul. Memiliki karakteristik banyak dekorasi atau bersifat dekoratif.

Contoh : Jokerman



Gambar 2. 14 Klasifikasi Jenis-Jenis Font

Sumber: <https://bestfontforward.wordpress.com/2009/12/14/writing-in-style> (2009)

## 2.2 Kampanye

Menurut buku *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektikan Kampanye Komunikasi Publik* (Venus, 2018), menurut Rogers & Storey, Kampanye adalah salah satu jenis komunikasi yang bertujuan untuk mencapai dampak tertentu pada target sasaran dalam jangka waktu tertentu. Tujuan kampanye berbeda-beda tergantung pada jenisnya dan organisasi yang mengelolanya, tetapi biasanya mereka memiliki satu tujuan utama. Kampanye memengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan masyarakat.

Tujuan kampanye dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan konsep 3A, yaitu kesadaran (*awareness*), sikap (*attitude*), dan tindakan (*action*). Dalam kategori kesadaran, kampanye berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang masalah atau topik tertentu. Dalam

kategori sikap, kampanye memiliki maksud untuk menghasilkan rasa empati dan kepedulian di antara masyarakat terhadap isu yang diperkenalkan, serta mendorong mereka untuk mengaplikasikan sikap positif tersebut dalam kehidupan mereka. Dalam kategori tindakan, kampanye berusaha untuk mengubah kebiasaan atau perilaku masyarakat agar sesuai dengan tujuan kampanye.

### **2.2.1 Jenis Kampanye**

Venus (2018) membagi kampanye menjadi tiga jenis berdasarkan tujuan dan metodenya, yaitu :

#### **1. *Product oriented campaign***

Kampanye yang berorientasi dalam membangun citra pada suatu produk atau merek tertentu. Biasanya digunakan dalam dunia bisnis dan periklanan. Kampanye ini juga memiliki tujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Contoh : kampanye *coca-cola* “*share a coke with*”.

#### **2. *Candidate oriented campaign***

Kampanye yang berorientasi untuk mendapatkan dukungan politik kepada suatu kandidat tertentu. Biasanya digunakan dalam dunia politik dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan dan suara masyarakat. Kampanye diadakan untuk mendapatkan peluang terpilihnya suatu kandidat pada saat pemilihan umum. Contoh : partai politik dan pencalonan pemerintah.

#### **3. *Caused oriented campaign***

Kampanye yang berorientasi dalam mengubah pola pikir, dan perilaku sosial masyarakat. Kampanye ini disebut juga sebagai kampanye sosial. Kampanye sosial ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengatasi masalah sosial yang terjadi. Contoh : kampanye anti rasisme.

Venus (2018) juga menyatakan bahwa kampanye memiliki dua jenis kategori media kampanye yaitu :

## 1. Media cetak

Media cetak merupakan media yang digunakan untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap suatu isu yang memiliki fisik nyata dan pada umumnya menggunakan teknik cetak.

Contoh : koran, majalah, brosur dan lainnya.

## 2. Media elektronik

Media elektronik merupakan media yang digunakan untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap suatu isu melalui media yang dapat diakses perangkat elektronik. Media ini terbilang sangat efektif karena dapat menjangkau audiens lebih luas dan mendapat respon yang cepat.

Contoh : ponsel, laptop, televisi dan alat elektronik lainnya.

### 2.2.2 Strategi Kampanye AISAS

Strategi kampanye menurut buku *the Dentsu Way* (2011), Sugiyama dan Andree menggunakan teori AISAS dalam perancangan kampanye. Proses AISAS dilakukan secara lebih mendetail berdasarkan dari perilaku konsumen yang dituju.



Gambar 2. 15 AISAS

Sumber: <https://digimar1.com/tips/detail/4358> (2023)

Teori komunikasi AISAS dibagi menjadi lima tahapan yaitu :

**1. Attention**

*Attention* merupakan tahap pertama untuk menarik perhatian audiens terhadap suatu produk, atau iklan melalui media informasi yang menarik dan mudah dipahami. Pada tahap ini promosi dibuat semenarik mungkin dengan tujuan untuk memikat perhatian dari target yang dituju.

**2. Interest**

*Interest* merupakan tahap kedua setelah mendapatkan perhatian audiens lalu menimbulkan rasa tertarik dan keingintahuan lebih. Pada tahap ini diharapkan dapat meningkatkan rasa penasaran audiens.

**3. Search**

Pada tahap *search*, audiens sudah memiliki rasa penasaran yang cukup sehingga audiens akan mencari tahu lebih lanjut mengenai informasi yang terkait. Biasanya melalui media sosial, internet, media tradisional atau rekomendasi langsung.

**4. Action**

Pada tahap *action*, audiens telah memiliki informasi yang cukup sehingga akan membuat tindakan untuk dilakukan. Dalam kampanye, diharapkan audiens dapat tersadar akan suatu masalah sehingga dapat merubah pola pikir serta perilaku sosial dalam bermasyarakat.

**5. Share**

Pada tahap terakhir yaitu *share*, audiens membagikan informasi tentang topik kampanye yang diangkat kepada orang-orang di sekitarnya berdasarkan pengalaman mereka pribadi, baik melalui sosial media, internet maupun secara langsung. Tahap ini merupakan tahap yang sangat penting karena testimoni audiens merupakan hal yang mutlak dan tidak dapat diubah.



### 2.3 Alkohol pada Tubuh

Alkohol adalah zat yang memiliki efek pada kesehatan fisik dan mental. Meskipun membuat orang rileks dan senang, itu juga dapat menyebabkan masalah kesehatan yang serius (Ayudhitya dan Inggriani, 2012). Ada perubahan dalam aspek fisik, psikis, dan psikososial yang ditandai dengan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Kondisi emosi-sosial mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perubahan fisiologis.

Remaja saat ini sangat rentan terhadap perilaku menyimpang, salah satunya adalah konsumsi alkohol. Ini karena alkohol dianggap normal dan sudah menjadi kebiasaan umum di kalangan remaja. Menurut Arifin (2007), faktor-faktor individu atau kepribadian individu termasuk hal-hal seperti rasa kurang percaya diri, rasa mudah kecewa, rasa ingin tahu, dan upaya untuk melarikan diri dari masalah. Selain itu, faktor-faktor seperti pendidikan mereka, teman sebaya, keluarga, dan masyarakat juga memengaruhi pilihan mereka untuk minum alkohol.

Dampak berbahaya alkohol terhadap tubuh terjadi saat dikonsumsi dalam jumlah besar, mengganggu keseimbangan organ dan dapat menyebabkan kerusakan secara subkronik, untuk melihat pengaruh alkohol pada hati (Jung & Namkoong, 2014). Selain itu, alkohol memiliki berbagai pengaruh terhadap perilaku manusia, dan pengaruh ini terutama terjadi pada tingkat sistem saraf pusat dan organ tubuh lainnya. Secara medis, konsumsi alkohol dapat menyebabkan depresi pada sistem saraf pusat, menghasilkan efek penenang dan penurunan inhibisi. Ini dapat mengarah pada perubahan perilaku seperti kehilangan kewaspadaan, pengurangan koordinasi motorik, dan penurunan daya ingat.

Alkohol juga mempengaruhi neurotransmitter dalam otak, seperti peningkatan aktivitas asam gamma-aminobutirat (GABA), yang memiliki efek menenangkan, dan penurunan aktivitas glutamat, yang berperan dalam stimulasi saraf. Akibatnya, konsumsi alkohol dapat merubah mood, perilaku impulsif, dan mengurangi kemampuan seseorang untuk membuat keputusan yang tepat. Selain

itu, pengaruh alkohol terhadap sistem saraf autonom dapat menyebabkan perubahan pada detak jantung, tekanan darah, dan suhu tubuh. Kelebihan konsumsi alkohol juga dapat menyebabkan kerusakan pada organ tubuh, terutama hati, pankreas, dan ginjal (Fuster & Samet, 2018).

Efek samping seperti gangguan mental organik (GMO) dapat muncul ketika alkohol dikonsumsi dalam jumlah berlebihan. Efek ini mengganggu fungsi berpikir, merasakan, dan berperilaku. Alkohol mempengaruhi sel-sel saraf pusat secara langsung, yang menyebabkan GMO. Karena sifat adiktif alkohol, orang yang mengonsumsinya secara berulang dapat tanpa disadari meningkatkan dosis mereka hingga mereka keracunan atau mabuk. Setelah mengonsumsi alkohol, efeknya cepat, tetapi bervariasi tergantung pada jumlah atau kadar alkohol yang dikonsumsi. Dalam waktu empat hingga enam jam, semua perasaan tersebut akan secara bertahap hilang. Setelah itu, orang akan lelah dan tertekan. Kadang-kadang alkohol digunakan bersamaan dengan obat-obatan berbahaya lainnya, yang dapat memperkuat efek negatifnya.

Jika ini terjadi, risiko overdosis dan keracunan yang lebih parah dari penggunaan kombinasi ini akan meningkat. Perilaku yang berubah, seperti keinginan untuk berkelahi atau melakukan tindakan kekerasan, kesulitan menilai realitas, gangguan fungsi sosial, dan penurunan kinerja pekerjaan, sering terjadi pada individu yang terkena GMO. Selain itu, mereka juga mengalami perubahan fisik, seperti ketidakstabilan saat berjalan, merah di wajah, atau mata miring. Selain itu, perubahan psikologis dapat terjadi, seperti kesulitan berkonsentrasi, bicara yang tidak jelas, atau mudah tersinggung.

### **2.3.1 Alkohol dalam Mengemudi**

Alkohol adalah zat senyawa yang dapat mengurangi fungsi otak, merusak pemikiran, penalaran, dan koordinasi otot. Semua kemampuan tubuh ini sangat penting untuk mengoperasikan kendaraan dengan aman. Dikutip dari *Centre for Addiction and Mental Health* (2020), untuk mengemudi dengan aman, pengemudi

harus waspada dan mampu membuat keputusan cepat sebagai respon terhadap lingkungan yang berubah dengan cepat saat mengemudi.

Menurut Zhao, Zhang, dan Rong (2014) Alkohol dan obat-obatan lain mengubah fungsi normal otak dan tubuh, dan dapat mengganggu kemampuan pengemudi untuk mengemudi dengan aman. Alkohol menurunkan tingkat kewaspadaan dan mengurangi koordinasi motorik pengemudi. Orang yang mengemudi setelah mengonsumsi alkohol tidak dapat bereaksi secepat yang mereka butuhkan. Penglihatan orang yang mengonsumsi alkohol terpengaruh, dan mungkin kabur atau berbayang-bayang.

Alkohol membuat orang yang mengemudi menjadi merasa terlalu percaya diri dan tidak menyadari bahwa keterampilan mengemudi mereka berkurang. Cara mengemudi orang yang terpengaruh alkohol cenderung lebih ceroboh atau sembrono, berkelok-kelok, berkendara diatas kecepatan rata-rata, keluar jalur bahkan menabrak. Keterkaitan antara konsumsi alkohol dan kegiatan mengemudi adalah suatu permasalahan serius yang mengancam keselamatan di jalan raya.

Alkohol dapat memengaruhi fungsi kognitif dan motorik seseorang, menyebabkan penurunan kewaspadaan, koordinasi, dan reaksi yang diperlukan saat mengemudi. Individu yang mengonsumsi alkohol sebelum berkendara cenderung mengalami kesulitan dalam memperkirakan jarak, mengukur kecepatan, dan menjaga kendali terhadap kendaraan mereka. Selain itu, alkohol juga dapat memperlambat waktu reaksi manusia, membuat pengemudi kurang responsif terhadap situasi darurat di jalan. Akibatnya, risiko kecelakaan lalu lintas meningkat secara signifikan. Kondisi ini tidak hanya membahayakan pengemudi yang terlibat, tetapi juga mengancam keselamatan penumpang, pejalan kaki, dan pengguna jalan lainnya. Upaya pencegahan dan kesadaran masyarakat tentang bahaya keterlibatan alkohol dalam kegiatan mengemudi menjadi kunci penting dalam menjaga keselamatan jalan raya dan melindungi nyawa pengguna jalan serta masyarakat umum.

## 2.4 Undang-undang Lalu Lintas

Mengemudi di bawah pengaruh alkohol merupakan tindakan yang ilegal dilakukan tidak hanya secara moral namun juga secara hukum. Hal tersebut ditegaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 311 Nomor 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan. Dalam pasal 311 tersebut berisi :

1. Setiap orang yang dengan sengaja mengemudikan Kendaraan Bermotor dengan cara atau keadaan yang membahayakan bagi nyawa atau barang dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp3.000.000,00 (tiga juta rupiah).
2. Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan Kecelakaan Lalu Lintas dengan kerusakan Kendaraan dan/atau barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 229 ayat (2), pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp4.000.000,00 (empat juta rupiah).
3. Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat mengakibatkan Kecelakaan Lalu Lintas dengan korban luka ringan dan kerusakan Kendaraan dan/atau barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 229 ayat (3), pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau denda paling banyak Rp8.000.000,00 (delapan juta rupiah).
4. Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan Kecelakaan Lalu Lintas dengan korban luka berat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 229 ayat (4), pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun atau denda paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).
5. Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) mengakibatkan orang lain meninggal dunia, pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun atau denda paling banyak Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).