

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Survei yang dilakukan Litbang KORAN SINDO menemukan bahwa dari segala bentuk pelanggaran lalu lintas, menerobos lampu merah merupakan jenis yang paling sering dilakukan oleh pengendara sepeda motor. *Training Director Safety Defensive Consultant* Indonesia, Sony Susmana, mendukung data tersebut dengan menyatakan bahwa melanggar lampu merah telah menjadi sesuatu yang biasa bagi kalangan pengendara sepeda motor di Indonesia.

Dalam pemberlakuan kembali tilang manual, Polres Metro Tangerang Kota menjadikan pelanggaran lampu merah sebagai salah satu sasaran penilangan. Selain itu, wawancara bersama Kepala Unit Keamanan dan Keselamatan mengungkapkan bahwa pengendara sepeda motor masih sering menerobos lampu merah di lokasi-lokasi tanpa ETLE di Tangerang Kota. Melalui dua data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebiasaan para pengendara motor untuk menerobos lampu merah patut diperhatikan oleh Polres Metro Tangerang Kota. Meskipun begitu, mereka tidak memiliki upaya sosialisasi yang secara langsung menyinggung pelanggaran tersebut.

Oleh karena itu, penulis merancang kampanye bernama “Satu Menit”. Melalui kampanye ini, para pengendara sepeda motor menyadari bahwa menerobos lampu merah merupakan tindakan yang sangat berbahaya dan tidak boleh dilakukan dengan alasan apapun. Dengan itu, mereka akan terdorong untuk mematuhi lampu lalu lintas.

Kampanye “Satu Menit” dirancang menggunakan metode milik Robin Landa (2010). Pertama-tama, penulis melakukan riset terkait pelanggaran lampu merah, khususnya yang melibatkan para pengendara sepeda motor di Tangerang Kota. Selanjutnya, penulis menelaah hasil riset tersebut, lalu menyusun strategi pelaksanaan kampanye sesuai dengan metode AISAS menurut buku yang berjudul

The Dentsu Way (2011) oleh Sugiyama dan Andree. Setelah strategi ditetapkan, penulis merancang konsep visual untuk kampanye. Langkah tersebut menghasilkan *big idea* yang berbunyi “bahaya yang tersembunyi”.

Berdasarkan konsep yang telah ditentukan, penulis merancang media untuk masing-masing tahapan kampanye. Perancangan mempertimbangkan bahwa target kampanye akan melihat media tersebut sambil melaju melewatinya. Oleh karena itu, media dibuat agar dapat menyampaikan pesan kampanye secara lugas sehingga dapat dimengerti dengan mudah dan cepat. Selain itu, bahaya dari pelanggaran lampu merah digambarkan secara mengerikan dan menonjol sehingga mampu menarik perhatian para pengendara sepeda motor.

5.2 Saran

Setelah menjalani Sidang Akhir, penulis menerima sejumlah saran terkait karya Tugas Akhir. Pertama, *tagline* kampanye dinilai terlalu panjang sehingga target yang sedang berkendara melewati media kampanye akan segan untuk membaca. Penulis disarankan untuk membuat *tagline* yang lebih singkat, serta mudah diingat.

Kedua, pemahaman penulis mengenai target dinilai kurang mendalam. Penulis tidak mengetahui bahwa salah satu ciri utama dari mereka adalah tidak terlalu memperdulikan. Oleh karena itu, media bagi tahap *action* dari kampanye dinilai kurang cocok bagi pengendara sepeda motor dari Tangerang Kota. Penulis disarankan untuk mempelajari target suatu kampanye secara mendalam, yakni mengetahui pola hidup, kebiasaan, dan cara mereka berpikir.

Ketiga, media tahap *attention* dari kampanye dinilai memiliki efek jera yang terlalu kuat. Alhasil, tahap tersebut tidak mampu membuat para target tertarik untuk mengikuti tahap-tahap kampanye yang selanjutnya. Penulis disarankan untuk memastikan bahwa tahap *attention* tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membuat target penasaran sehingga mau mengikuti suatu kampanye dari awal hingga akhir.

Selebihnya, penulis memiliki beberapa saran bagi para pembaca laporan ini yang ingin mengembangkan perancangan ataupun ingin meneliti permasalahan yang serupa. Berikut adalah saran-saran tersebut:

1. Meskipun baik untuk memilih topik perancangan yang sesuai dengan minat, penulis menyarankan untuk berpikir lebih jauh. Apakah data untuk topik tersebut memungkinkan untuk diperoleh? Jika tidak, apakah kesulitan tersebut dapat menghambat kemajuan perancangan?
2. Media yang digunakan untuk perancangan harus berkaitan dekat dengan target kampanye. Dalam arti, media tersebut harus sesuai dengan keperluan audiens yang dituju, serta berkemungkinan besar untuk sering dilihat oleh mereka.
3. Penulis menyarankan para pembaca untuk menjadwalkan pengerjaan Tugas Akhir dari awal *briefing* hingga pasca sidang akhir. Berdasarkan pengalaman penulis, terdapat kewajiban lain, seperti pendaftaran magang, yang perlu dilaksanakan bersamaan dengan Tugas Akhir. Kemudian, hambatan tak terduga akan selalu muncul selama mengerjakan Tugas Akhir, contohnya narasumber sulit dihubungi. Dengan adanya jadwal, penulis dapat memastikan bahwa kemajuan dalam Tugas Akhir tidak akan tertinggal. Jika terdapat suatu tugas yang tidak dapat dilanjutkan karena faktor tertentu, jadwal tersebut menunjukkan tugas-tugas lain yang dapat dikerjakan terlebih dahulu. Alhasil, perancangan dapat terselesaikan secara maksimal sesuai dengan *deadline* yang telah ditentukan.

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