

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir, isu keselamatan transportasi menjadi perhatian, terutama fungsi sistem pengereman pada kendaraan. Perlu diketahui sistem pengereman merupakan komponen penting untuk menentukan seberapa aman pengemudi dalam setiap perjalanan. Mengacu pada hasil wawancara yang telah dikonfirmasi oleh Polresta Bogor Kota oleh BRIPDA Aksa selaku Banit Gakkum Satlantas Polresta Bogor Kota, pada tahun 2025 tercatat tiga laporan resmi terkait insiden kegagalan sistem pengereman pada kendaraan berat, khususnya truk bermuatan besar. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kendaraan besar merupakan jenis kendaraan yang paling sering terlibat dalam kasus kegagalan pengereman. Beliau juga sudah berupaya untuk memperingati pengendara untuk selalu memperingati dan lebih memerhatikan kendaraan, namun kenyataannya masih banyak pengendara yang mengabaikan hal tersebut.

Namun dari perspektif Pak Andi, sebagai pengendara kendaraan besar, dengan pengalaman kerja selama 15 tahun, diketahui bahwa masih banyak pengemudi yang belum sepenuhnya memahami penyebab maupun cara mengantisipasi terjadinya kegagalan sistem pengereman, terutama saat berkendara di jalan tol. Mayoritas masyarakat memberikan dukungan sebanyak 27,8%, mendukung bahwa kelelahan atau mengantuk pada pengemudi merupakan faktor yang paling sering menyebabkan kecelakaan yang menggunakan kendaraan berat seperti truk dan bus. Faktor tersebut didukung melalui artikel yang diterbitkan oleh Katadata.co.id dan ditulis oleh Ophelia (2025), menyatakan bahwa penyebab utama kecelakaan truk di Gerbang Tol Ciawi, berasal dari kelalaian pengemudi (*human error*), karena pengemudi dalam kondisi lelah yang menyebabkan penurunan konsentrasi. Penurunan konsentrasi juga memengaruhi pengendara kendaraan besar dalam mengendalikan kendaraan, sehingga memicu pengendalian kendaraan secara tidak stabil.

Seiring berjalannya waktu, peran DKV semakin berkembang dan bersifat multidimensional, mencakup media digital, media sosial, aplikasi, hingga situs web. Selain itu, dalam ranah DKV, kampanye dipahami sebagai bentuk kegiatan komunikasi yang dirancang secara strategis dan terencana untuk memengaruhi serta mengubah sikap dan perilaku audiens (Venus, 2018). Menurut Kurniawan (2023), pengendara kendaraan besar dihimbau untuk menyadari pentingnya beristirahat setiap empat jam dengan durasi minimal tiga puluh menit, sekaligus dianjurkan untuk mengambil waktu istirahat yang lebih panjang, termasuk tidur, demi menjaga keselamatan berkendara. Sehingga himbauan tersebut bisa digunakan melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual yang digunakan dalam kampanye ini untuk memaksimalkan penyampaian pesan agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens sasaran (Landa, 2018).

Sehingga urgensi menunjukkan perlunya merubah perilaku pengendara kendaraan besar terhadap sikap antisipasi pentingnya beristirahat jika mulai merasa lelah maupun mengantuk. Oleh karena itu, kampanye yang dirancang dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori kampanye sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Venus (2018), yang merujuk pada Kampanye ini bersifat *ideology or cause - oriented* karena menekankan upaya perubahan sikap dan perilaku masyarakat terhadap isu keselamatan lalu lintas.

Hal ini didukung oleh Landa (2010) yang menyatakan bahwa untuk mencapai strategi yang efektif, diperlukan perencanaan yang memiliki tujuan yang jelas, berbasis data, serta didukung oleh pengalaman yang telah ada sebelumnya. Maka itu, perancangan kampanye sosial dapat menjadi solusi untuk meningkatkan *awareness* pengendara kendaraan besar akan bahaya kegagalan pengereman.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah :

- 1) Dari pengaruh *human error* yaitu sopir mengantuk, maka bisa jadi pemicu kegagalan sistem pengereman. Karena menyebabkan penurunan konsentrasi terhadap mengendarai kendaraan besar, sehingga membawa kendaraan tidak beraturan.

- 2) Sampai saat ini, belum terdapat upaya komunikasi imbauan keselamatan yang optimal di Tol Jagorawi, sehingga banyak pengemudi yang belum memahami pesan keselamatan secara menyeluruh.

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Awareness Pengendara Kendaraan Besar Akan Bahaya Kegagalan Pengereman?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam upaya mengumpulkan informasi untuk merancang kampanye yang bertujuan Meningkatkan Kesadaran risiko Akibat kegagalan sistem pengereman, berikut ini adalah Batasan-batasannya:

- 1) Kampanye ini akan memanfaatkan *Vehicle* sebagai media utama untuk menyampaikan pesan mengenai pencegahan kegagalan sistem pengereman pada kendaraan berat. Pesan kampanye akan difokuskan pada perhatian tentang pentingnya istirahat, karena jika diteruskan untuk menupit bisa menyebabkan menyetir menjadi tidak stabil dan rem menjadi tidak berfungsi dengan baik. Selain itu, kampanye ini akan bekerja sama dengan *Dakota Cargo* untuk memperkuat pesan keselamatan bagi pengemudi dan pemilik kendaraan besar.
- 2) Target audiens merupakan remaja laki-laki usia 30-40 sebagai target market dan 30-35 tahun (menurut data Depkes) sebagai target audiens, SES C yang berdomisili Jabodetabek yang memiliki tingkat pemahaman keselamatan yang rendah.
- 3) Hal yang ingin ditampilkan dalam kampanye adalah *Vehicle* mengenai pentingnya istirahat ketika sedang mengendarai kendaraan besar serta ajakan untuk melakukan beristirahat jika mulai mengantuk karena uang bisa dicari kembali.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penulis adalah merancang kampanye sosial yang berfokus pada peningkatan kesadaran pengemudi kendaraan besar mengenai pentingnya sistem pengereman serta istirahat sebagai langkah tepat untuk mencegah terjadinya kecelakaan akibat kegagalan sistem pengereman di kawasan Gerbang Tol Ciawi.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan latar belakang penelitian sebelumnya, terdapat beberapa manfaat dalam proses perancangan tugas akhir. Berikut ini adalah manfaat membuat perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Awareness Pengemudi Kendaraan Besar Akan Bahaya Kegagalan Pengereman.

##### **1. Manfaat Teoretis:**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi dosen atau peneliti lain yang meneliti tentang penerapan strategi persuasi dalam Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perancangan kampanye sosial Meningkatkan Awareness Pengemudi Kendaraan Besar Akan Bahaya Kegagalan Pengereman. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa yang tertarik untuk merancang kampanye sosial mengenai isu keselamatan berkendara. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai dokumen arsip universitas terkait pelaksanaan Tugas Akhir.

##### **2. Manfaat Praktis:**

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pengemudi kendaraan besar terhadap tindakan tepat dalam mencegah terjadinya kegagalan sistem pengereman. Upaya ini diwujudkan melalui perancangan kampanye sosial yang memanfaatkan berbagai media *Vehicle* dan informatif guna melibatkan target audiens secara efektif pada isu keselamatan transportasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang Desain Komunikasi Visual serta menjadi referensi berharga bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada kampanye sosial bertema keselamatan berkendara.