

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka melalui pengumpulan dan analisis literatur yang relevan dengan topik. Berikut adalah subjek perancangan pada kampanye tentang pencegahan rem blong. Target audiens yang dituju yaitu Target primer untuk pengemudi kendaraan besar (bus dan truk).

##### **1) Demografis Primer**

- Jenis kelamin : Laki - Laki
- Usia : 30-35

Menurut Lukman Nul Hakim dari Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI (2023) menyebutkan usia produktif itu terjadi 15-60 tahun. Namun konteks kampanye ini berfokus kepada Target audiens merupakan remaja laki-laki usia 30-35 tahun yang memasuki usia remaja akhir (menurut data Depkes), sedang menempuh masa dewasa akhir.

- Pendidikan : SMA
- SES C

Target utama kampanye ditujukan kepada supir truk yang umumnya berada pada kategori SES C, karena

##### **2) Geografis Primer**

Penulis merancang kampanye yaitu berletak di daerah Jawa Barat yang bertepatan adalah Ciawi . Hal ini menunjukkan apa yang terjadi pada kecelakaan di Gerbang Tol Ciawi yang pada mulanya dipicu oleh kegagalan sistem pengembanan dan *human error* (Ophelia, 2025). Sementara, menurut BRIPDA Aksa selaku Banit Gakkum Satlantas Polresta Bogor Kota, kasus kegagalan sistem

pengemparan umumnya terjadi pada kendaraan berat, terutama truk bermuatan besar sering terjadi di daerah Ciawi.

### 3) Psikografis Primer

Target audiens berfokus pada kerja, cenderung mengutamakan nafkah keluarga, sering lelah di perjalanan, tapi punya kebanggaan sebagai penopang ekonomi keluarga. Namun dikarenakan supir harus bisa membawa kendaraan, pastinya setiap supir memiliki tipe orang yang berbeda-beda maka penulis membagikan beberapa persepsi:

- Supir yang mengetahui aturan keselamatan lalu lintas tidak mengabaikan
- Supir yang mengetahui aturan keselamatan lalu lintas tapi mengabaikan
- Supir yang belum mengetahui aturan keselamatan lalu lintas secara menyeluruh, sehingga melanggar karena ketidaktahuan.

## 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Pada metode ini penulis menggunakan metode perancangan dari teori perancangan design oleh Robin Landa dengan judul *Graphic Design Solutions 6<sup>th</sup> Edition* (2018). Menurut landa, ada 5 tahap fase untuk merancang proses desain yang dimulai awalnya dari *research* yang isinya memahami arah, tujuan dan konteks dari sebuah masalah, kemudian dilanjut dengan *analysis* yang berarti perancang mampu memetakan dan mempelajari informasi yang diperoleh untuk menemukan inti masalahnya, setelah ketemunya masalah inti, dilanjutkan dengan *concepts* dimana terjadinya ide kreatif dan gagasan menjadi solusi dari hasil analisis masalah, yang pastinya sangat berkaitan dengan *design* untuk melihat bagaimana hasil dari konsep baik visual maupun strategi apakah mampu untuk dijalankan atau tidak dan diikuti *implementation* yaitu hasil dan solusi dari empat tahap sebelumnya dan siap dijalankan.

### **3.2.1 Research**

Menurut Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions 6<sup>th</sup> Edition* menjelaskan Langkah pertama untuk memahami arah atau tujuan yang menjadi tujuan dalam suatu design adalah melakukan Riset. Perancang pada dasarnya mendapatkan brief dari klien mengenai hal-hal yang penting untuk dipelajari. Dalam brief juga ada *project goals, objective, design context, competition, budget* dan *timeline*. Menurut Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa penelitian tidak hanya berfungsi untuk menguji teori yang sudah ada, tetapi juga menghasilkan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu maupun praktik di lapangan. Dalam proses riset perancang harus memahami isi brief yang didapat dari klien, mengidentifikasi tujuan komunikasi serta mengenali target audiens yang relevan.

### **3.2.2 Analysis**

Memasuki tahap yang lebih dalam untuk memeriksa, menilai dan merencanakan yaitu Analisis. Tahap ini perancang memeriksa bagian dari permasalahan, setelah itu barulah menentukan hipotesis dari masalah itu bagaimana dengan cara ringkas dan akurat. Diikuti cara analisis lain dengan cara memilih poin-poin supaya lebih mudah dianalisis. Sehingga dari apa inti masalah dari analisis ini dapat membawa kesimpulan untuk membantu langkah ke tahap berikutnya. Menurut Sugiyono (2022) Analisis itu memecah sesuatu yang kompleks menjadi bagian-bagian kecil agar lebih mudah dipahami dan ditarik kesimpulan. Perancang mampu membuat kampanye yang terarah untuk memunculkan reaksi audience utama. Tujuan menganalisis ini adalah memperkuat persepsi terhadap merek produk atau jasa.

### **3.2.3 Concepts**

Tahap ini memasuki konsep desain yang mendasar teori komunikasi visual. Sehingga munculah gagasan utama yang menjadi dasar strategi desain, yang menuntun bagaimana elemen visual dipilih agar pesan bisa tersampaikan dengan efektif. Konsep desain biasanya didasari oleh pengaturan elemen dan

Prinsip design dengan tujuan supaya audiens menjadi tertarik dengan design yang diciptakan. Pembuatan konsep juga adalah tahap yang krusial, karena selain menantang tetapi juga memastikan bahwa design mampu berkomunikasi dengan tepat. Elemen dan Prinsip design ini dimulai dari pemilihan gambar, jenis tipografi hingga palet warna.

#### **3.2.4 *Design***

Tahap ini memasuki konsep desain dalam bentuk visual yang nyata, bagi perancang proses ini penuh kreativitas. Mulai dari pembuatan sketsa kecil-kecil, mengembangkan konsep design, memvisualisasikan ide dan memperjelas arah tujuan pesan kampanye. Tujuan dari design ini ialah bagaimana design ini menjadi simple dan mudah dimengerti dengan cepat. Semakin simple design nya, Semakin mudah pesan kampanye itu dimengerti. Itu adalah tantangan bagi para perancang mengenai design yang akan dirancang.

#### **3.2.5 *Implementation***

Diakhiri dengan eksekusi dengan mencetak hasil solusi yang sudah dirancang menjadi sebuah design. Implementasi ini merupakan hasil design yang telah dibuat dan disepakati Bersama. Pada akhir nya perancang bisa membawa hasil design kepada klien apakah sudah sesuai dengan apa brief yang diberikan atau masih belum. Biasanya perancang bisa melakukan dalam bentuk presentasi kepada klien dengan menyajikan design kepada klien secara jelas atau perancang bisa menampilkan lewat portofolio. Cara ini dapat membuat kemungkinan desainer mendapatkan peluang desainer untuk membantu mendapatkan Pekerjaan.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Berdasarkan buku Sugiyono yang berjudul Metode Penelitian (2022), Menunjukan bahwa untuk mendapatkan data-data yang deskriptif dengan bentuk gambar maupun kata-kata, namun tidak menekankan kepada angka yaitu memasuki tahap penelitian kualitatif. Pada kampanye ini metode kualitatif yang digunakan

betujuan untuk memfokuskan suatu perilaku individu, sehingga data-data yang terkumpul mampu dideskripsikan agar dapat dipahami. Tahap pertama penulis akan melakukan observasi kepada tujuan geografis tersebut dan observasi mengenai teori yang dicantumkan pada bab 2. Dilanjutkan penulis akan melakukan wawancara terhadap individu yang berkaitan dengan isu kegagalan sistem penggereman. Yang terakhir yaitu kuesioner untuk mengetahui bagaimana keadaan situasi dari geografis yang dituju. Berikut adalah penjabaran metode kualitatif yang digunakan.

### **3.3.1 Observasi**

Dalam buku Sugiyono (2022), memaparkan bahwa observasi merupakan Teknik pengumpulan yang bergantung pada objek-objek yang ada dilapangan. Namun hal yang terpenting dalam observasi adalah bagaimana cara pengamatannya dan juga ingatannya. Observasi pada kampanye ini, penulis mendatangi Satuan Polisi Lalu Lintas yang tepat bersampingan dengan gerbang tol Ciawi, yang dimana kendaraan-kendaraan yang terkena musibah kecelakaan dikumpulkan, mulai dari truk hingga mobil. Dalam perancangan kampanye ini, pernulis menggunakan beberapa tahap observasi yang dilakukan yaitu:

#### **1. Observasi Deskriptif**

Pada tahap awal, penulis melakukan observasi langsung di sekitar Gerbang Tol Ciawi untuk memahami isu utama kampanye sosial tentang bahaya kegagalan sistem penggereman pada kendaraan besar. Pengamatan dilakukan dengan mendokumentasikan kondisi lingkungan, karakteristik jalan menurun menuju tol, serta beberapa kendaraan berat yang diduga pernah terlibat dalam insiden serupa. Melalui tahap pengamatan deskriptif dan terfokus, penulis memperoleh pemahaman mengenai faktor penyebab dan dampak dari kegagalan sistem penggereman, baik dari segi kondisi kendaraan maupun situasi jalan. Hasil observasi ini kemudian diseleksi dan dianalisis untuk memperjelas arah kampanye, sehingga dapat menyoroti pentingnya perawatan berkala kendaraan besar dan kewaspadaan pengemudi dalam menjaga keselamatan berkendara.

### **3.3.2 Wawancara**

Menurut sugiyono (2022) teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk membuktikan apakah suatu informasi relevan atau tidak. Untuk memperoleh data yang lebih valid, peneliti perlu melakukan wawancara dengan narasumber sehingga dapat menggali informasi lebih mendalam dan memperoleh keyakinan terhadap data tersebut.

#### **1) Wawancara Pengendara Truk**

Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai pengalaman, kebiasaan, serta tingkat kesadaran pengemudi kendaraan besar terkait perawatan sistem pengereman dan keselamatan berkendara. Melalui wawancara ini, penulis berupaya menggali informasi mengenai faktor - faktor yang memengaruhi perilaku pengemudi dalam menjaga kondisi rem, kendala yang sering dihadapi di lapangan, serta pandangan mereka terhadap upaya pencegahan kecelakaan akibat kegagalan sistem pengereman. Narasumber diperoleh secara purposif dari kalangan pengemudi truk yang beroperasi di kawasan industri Taman Tekno BSD, karena lokasi tersebut menjadi salah satu area aktivitas logistik dengan lalu lintas kendaraan berat yang tinggi, sehingga relevan dengan fokus penelitian ini. Berikut ini adalah pertanyaan wawancara:

1. Apakah bapak pernah mengalami kendaraan dengan rem yang kurang pakem?
2. Menurut Bapak, jika terjadi rem blong biasanya kesalahan ada di mana? Apakah karena supir mengantuk atau kurang melakukan servis kendaraan?
3. Jika kendaraan sudah rutin dicek sistem pengeremannya namun kecelakaan tetap terjadi, menurut Bapak siapa yang paling bertanggung jawab?
4. Menurut pengalaman Bapak, lokasi kecelakaan yang paling sering terjadi di wilayah Jabodetabek ada di mana?

5. Biasanya, penyebab utama kecelakaan tersebut apa?
6. Apakah ada tipe atau model truk tertentu yang lebih sering mengalami rem blong?
7. Saat ini, di mana biasanya truk-truk melakukan servis? Apakah ada bentuk kerja sama dengan bengkel tertentu?
8. Apa saja kriteria yang harus dipenuhi seseorang agar bisa menjadi sopir truk?
9. Berapa rata-rata usia pengemudi truk saat ini?
10. Bagaimana cara Bapak melihat dan memperhatikan peringatan di jalan tol?

## 2) Wawancara Kepolisian

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan pihak Satuan Lalu Lintas Polresta Bogor Kota wilayah Ciawi untuk memperoleh data yang lebih akurat dan valid terkait isu kegagalan sistem pengereman pada kendaraan besar. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan sudut pandang dari pihak berwenang mengenai kondisi lalu lintas di kawasan Ciawi, faktor penyebab kecelakaan yang sering terjadi, serta langkah-langkah preventif yang telah dilakukan oleh kepolisian dalam menekan angka kecelakaan akibat kegagalan sistem pengereman. Berikut adalah pertanyaan wawancara:

1. Dengan bapak siapa saya berbicara?
2. Klo boleh tau apa jabatan yang skrg bapak laksanakan?
3. Sudah berapa lama bapak bekerja sebagai (kerjannya apa) dibidang ini?
4. Apa bapak pernah terlibat dalam situasi ini kecelakaan rem blong secara langsung??
5. Pada saat kejadian berlangsung apa media yang digunakan saat itu, foto kirim wa? membwri tau di instagram?
6. Bisa di ceritakan ga pak? pengalamanya gimqna saat kejadian berlangsung?

7. Menurut bapak saat kejadian itu bagaimana reaksi supir atau knek? tanggung jawab atau kabur?
8. Nah klo ktemu supirnya apa alasan dia bisa kecelakaan?
9. Apakah benar pak dari jabodetabek paling banyak kecelakaannya di ciawi?
10. Klo boleh tau menurut bapak dimana ya yang rawan kecelakaan?
11. Apakah bapak tau alesan mengapa banyak truk kecelakaan? jarak terlalu dekat? terlambat ngerem?
12. Apa sblmnya ada kampanye ga pak untuk mencegah? klo ada seperti apa kampanyenya? menurut bapak efektif gak?
13. Setau bapak kampanye nya menggunakan media apa ya? offline apa online??
14. Kampanye nya itu terntang apa klo boleh tau?

### 3.3.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang diurutkan secara otomatis. Kuesioner ini bisa dijawab oleh target utama dan juga responden lainnya untuk membantu mendukung data ini. Tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden sehingga penulis bisa menyimpulkan kepada fokus penelitian. Berikut pertanyaan yang di berikan kepada kuesioner:

Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner

Perkenalan	
Usia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 20-25 Tahun</li> <li>- 25-30 Tahun</li> <li>- 30-35 Tahun</li> <li>- 35-40 Tahun</li> </ul>
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laki – Laki</li> <li>- Perempuan</li> </ul>
Profesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sopir mobil pribadi/angkutan umum</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sopir truk/bus</li> <li>- Pengendara motor</li> <li>- Tidak mengendarai kendaraan</li> </ul>
<b>Memahami Situasi</b>	
Apakah Anda pernah mengalami atau menyaksikan kecelakaan lalu lintas dalam 3–5 tahun terakhir?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pernah mengalami langsung</li> <li>- Pernah menyaksikan</li> <li>- Tidak pernah</li> </ul>
Menurut Anda, dalam 3–5 tahun terakhir, angka kecelakaan lalu lintas:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkat</li> <li>- Menurun</li> <li>- Sama saja</li> </ul>
Menurut kalian Kecelakaan lebih sering terjadi di	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jalan tol</li> <li>- Jalan non-tol</li> <li>- Sama saja</li> </ul>
Waktu kecelakaan paling sering terjadi menurut Anda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagi</li> <li>- Siang</li> <li>- Malam</li> </ul>
<b>Memahami Tipe Kendaraan</b>	
Menurut anda, apa tipe kendaraan yang paling sering mengalami kecelakaan:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bus</li> <li>- Truk</li> <li>- Mobil</li> <li>- Motor</li> </ul>
Kendaraan yang paling sering mengalami rem blong	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bus</li> <li>- Truk</li> <li>- Mobil</li> <li>- Motor</li> </ul>
<b>Penyebab</b>	
Menurut Anda, faktor paling sering menyebabkan kecelakaan (pilih bebas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rem blong</li> <li>- Kondisi kendaraan kurang baik</li> <li>- Supir lelah/mengantuk</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faktor jalan (tanjakan, turunan, tikungan)</li> <li>- Kurangnya Jaga Jarak di Lalu Lintas</li> </ul>
Lokasi yang menurut Anda paling rawan kecelakaan/rem blong (sebutkan):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bogor (ciawi dan sekitar)</li> <li>- Jakarta (Jagorawi)</li> <li>- Depok</li> <li>- Tangerang</li> <li>- Bekasi</li> </ul>
<b>Kepedulian</b>	
Apakah kendaraan Anda rutin diservis?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya, rutin</li> <li>- Kadang-kadang</li> <li>- Jarang / hanya jika rusak</li> </ul>
Jika Anda pengguna kendaraan , menurut anda servis kendaraan dilakukan karena:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- inisiatif sendiri</li> <li>- Tunggu di suruh orang</li> <li>- biarkan sampe rusak dulu aja</li> </ul>

Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk memahami pola perilaku dan sudut pandang masyarakat yang berdomisili di kawasan Ciawi, Bogor, serta individu yang bekerja di Jakarta. Data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan bagaimana mereka merespons tema yang diangkat dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan dasar pemahaman yang lebih dalam mengenai persepsi masyarakat terhadap isu tersebut.

### **3.3.4 Studi Eksisting**

Dikutip dari website *bvrla.co.uk* mengenai artikel berjudul “*Spring into Safety: National Highways’ Road Safety Campaigns*” (2024), dijelaskan bahwa *National Highways* meluncurkan tiga kampanye keselamatan jalan raya untuk membantu pengguna jalan tetap aman di seluruh jaringan jalan Inggris selama musim semi.

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi langkah-langkah preventif yang telah diterapkan, memahami pola komunikasi dan hambatan yang dihadapi, serta merumuskan strategi pengembangan media informasi agar pesan keselamatan dapat tersampaikan dengan lebih optimal.

### **3.3.5 Studi Refrensi**

Pada studi refrensi ini perancang mempelajari refrensi untuk design dalam kampanye, guna mempermudah berjalannya design yang akan dirancang. Perancang mempelajari referensi desain kampanye keselamatan berkendara yang telah diterapkan sebelumnya sebagai bahan pertimbangan dalam proses perancangan. Melalui studi ini, perancang berharap mampu mengadaptasi elemen-elemen desain yang sesuai serta meningkatkan kualitas desain kampanye yang akan dikembangkan. Tujuan dari pengamatan terpilih ini adalah untuk memahami strategi kampanye keselamatan berkendara yang efektif, mengidentifikasi elemen visual yang sesuai untuk perancangan kampanye sosial mengenai bahaya kegagalan sistem pengereman, serta mengevaluasi bentuk konten yang paling tepat agar pesan kampanye dapat diterima secara optimal oleh pengemudi dan pemilik kendaraan besar.