

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Kegagalan sistem pengereman dapat dikaitkan dengan kelalaian manusia dalam mengoperasikan kendaraan besar, terutama kondisi pengendara yang lelah atau mengantuk yang dapat menyebabkan penurunan konsentrasi dalam mengemudi. Situasi ini dapat menimbulkan dampak yang sangat serius, mulai dari kecelakaan fatal yang mengakibatkan korban jiwa hingga terganggunya kondisi dan kelancaran lalu lintas, tetapi juga dapat meningkatkan kewaspadaan serta risiko keselamatan secara menyeluruh.

BRIPDA Aksa (Satlantas Polresta Bogor) mencatat pada tahun 2025 terdapat tiga laporan resmi kegagalan sistem pengereman pada kendaraan besar, khususnya truk, yang menjadi jenis kendaraan paling sering terlibat. Dari sudut pandang sopir Andi, banyak pengemudi masih kurang memahami kegagalan pengereman, terutama di jalan tol, sementara 27,8% masyarakat menilai kondisi lelah dan mengantuk sebagai penyebab utama.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengendara kendaraan besar masih memiliki pola pikir yang cenderung masih memaksakan diri supaya target pengiriman cepat sampai dan seakan-akan mereka lupa untuk beristirahat jika badan sudah mulai lelah. Dengan adanya kasus kegagalan sistem pengereman masih ramai untuk di bicarakan, mendorong perancang untuk merancang kampanye sosial untuk pengendara kendaraan besar 30-40 Tahun di kalangan status ekonomi bawah, untuk mengantisipasi istirahat sebagai langkah yang patut di ikuti demi keselamatan. Kampanye ini dirancang direct serta menawarkan solusi berawal dari Big Idea yaitu “Keselamatan Dimulai Dari Kamu”, yang menekankan bahwa keselamatan bergantung pada kesadaran pengendara untuk beristirahat. Hal ini cukup relevan dengan kehidupan target audiens dan penyampaian pesan yang digunakan memanfaatkan strategi lecture dan problem solutions. Untuk brand

mandatory memfokuskan ke arah pengiriman maka yang penulis memasukan Dakota Cargo yang memiliki visi misi yang selaras dengan pengiriman.

Kampanye ini dirancang dengan strategi AIDA. Hal ini didasari bahwa masyarakat dengan sosial ekonomi rendah yaitu SES C yang dikarenakan mereka mampu mengikuti dan menrapkan beristirahat merupakan bagian dari upaya keselamatan berkendara. Strategi AIDA dinilai sangat tepat untuk menjangkau SES C yang bisa dibilang kurang pro aktif dalam mematuhi aturan dalam berkendara. Kampanye ini dimulai dari Vehicle Ads karena dari target audiens primer yang direct langsung kepada pintu belakang truk. Media pendukung dapat ditemukan dalam poster, merchandise, facebook feeds. *Merchandis* yang memungkinkan sesuai dengan kebutuhan ekefektivitas pengendara. Media pendukung ini bertujuan untuk efektivitas pengendara besar.

Visualisasi dari kampanye ini menggunakan elemen-elemen yang relevan dalam isu yang diangkat, menghadirkan elemen ketiduran saat mengemudi yang didapati di media utama dan elemen seperti emoji yakni mengantuk saat mengemudi untuk media pendukung. Penggunaan color pallete yang di dominasi oleh warna biru dan juga merah sebagai pilihan warna yang kontras, tujuan pewarnaan ini agar design yang dirancang memiliki warna yang eye catching. Design yang dirancang menggabungkan elemen dan ilustrasi yang telah dibuat, akan membuat kampanye lebih mudah dipahami dan penyampaian pesan yang sederhana dan efektif. Keseluruhan aset desain didukung dengan adanya copywriting dengan font slab serif yang dapat memberikan ketegasan dan direct langsung ke target audiens.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye ini, perancang menyadari bahwa terdapat celah yang dapat dijadikan pengembangan lebih lanjut terkait hasil penelitian ini, baik dari segi teori, desain maupun penerapan media. Oleh karena itu, perancang sangat terbuka dalam saran kepada pihak berkepentingan, seperti dosen, peneliti dan universitas untuk dapat mengkaji beberapa hal berikut sebagai upaya dalam meningkatkan eektivitas penelitian dan kampanye yang relevan di masa mendatang.

### 1. Dosen/ Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi bagi dosen maupun peneliti yang ingin mengkaji lebih lanjut strategi kampanye social, khususnya yang berkaitan dengan kegagalan sistem pengereman yang disebabkan oleh pengendara dalam keadaan lelah atau mengantuk. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengeksplorasi pendekatan yang lebih efektif dalam Meningkatkan Kesadaran dan perilaku keselamatan pengendara kendaraan besar. Selain itu, perancang merekomendasikan adanya kajian yang lebih dalam terkait karakteristik target audiens, terutama status ekonomi rendah dalam memahami tantangan dan efektivitas penerapan kampanye Secara lebih spesifik. Yang terakhir, perancang disarankan untuk membuat konten Secara lebih dalam lagi, copywriting bisa dijadikan materi dasar utama. Apabila pendekatan copywriting tidak bersifat humoris, maka elemen kontennya disesuaikan agar tetap selaras dalam menyampaikan pesan.

### 2. Universitas

Penulis memberikan saran kepada pihak universitas untuk memperhatikan penjadwalan dan kelancaran proses Tugas Akhir, mengingat topik keselamatan transportasi memerlukan pengambilan data lapangan yang sering bergantung pada situasi dan izin instansi tertentu. Akan lebih baik apabila universitas dapat memberikan rentang waktu yang cukup bagi mahasiswa agar proses pengumpulan data, analisis, hingga perancangan kampanye dapat dilakukan secara optimal. Selain itu, dukungan fasilitas seperti akses jurnal, laboratorium desain, dan perangkat lunak pendukung diharapkan

dapat diperkuat untuk menunjang kebutuhan mahasiswa dalam menghasilkan karya perancangan yang berkualitas. Dengan pengaturan waktu dan fasilitas yang memadai, proses Tugas Akhir akan berjalan lebih efektif dan mendukung mahasiswa dalam menghasilkan karya ilmiah serta desain kampanye yang lebih komprehensif.

