

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIB DAN AMAN BERLALU LINTAS

Hendika Setiabudi¹⁾, Heri Iswandi²⁾, Bobby Halim³⁾

¹⁾²⁾³⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas IndoGlobal Mandiri
Jl Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang 30129

Email : hendikasb@gmail.com¹⁾, heri_dkv@uigm.ac.id²⁾, bobby_dkv@uigm.ac.id³⁾

ABSTRACT

Palembang city is currently experiencing rapid progress in terms of transportation. It is marked with the number of new infrastructure such as the LRT and road construction. However, there are several issues that still often occurs in the highway of Palembang city, these concerns are traffic violations and unsafe driving behavior in this context made by motorcyclists. Therefore, the Design Of Social Campaign Orderly and Safely Traffic Behaviour Based On Safety Riding is designed with the aim to raise awareness and urge the public about the importance of obeying traffic laws and drive safely. Media campaigns were containing various information regarding the traffic order, is designed in such a way without losing the factual aspects of the media as well as easy to be digested by the public.

Keywords: Social Campaign, Safety Riding, Traffic

1. Pendahuluan

Lalu lintas adalah gerak kendaraan dan orang di ruang lalu lintas jalan (UU RI No 22 Tahun 2009). Secara umum kendaraan yang dimaksud pada undang-undang tersebut meliputi semua kendaraan yang diperbolehkan untuk melaju di jalan raya. Kendaraan tersebut dibedakan dengan nominal roda dengan regulasi yang berbeda-beda mengenai jadwal berkendaranya. Kendaraan yang diperbolehkan secara leluasa melaju di jalan raya adalah motor, mobil (angkutan), sepeda serta kendaraan roda tiga.

Tertib berlalu lintas adalah bentuk kesadaran hukum dari pengendara di jalan raya. Kesadaran hukum yang dimaksud adalah kondisi dimana pengendara mengetahui dan mengerti mengenai peraturan berlalu lintas dan mematuhi. Suasana di jalan raya akan kondusif apabila tiap pengendara yang berada didalamnya memiliki kesadaran hukum tersebut. Palembang termasuk salah satu kota berkembang di Sumatera dan mengalami peningkatan, baik dari segi infrastruktur kota, juga lalu lintasnya yang semakin padat.

Palembang saat ini memiliki jumlah populasi yang menembus angka 1.5 juta penduduk, berdasarkan survei terakhir Badan Pusat Statistik. Jumlah penduduk tersebut memiliki dampak terhadap padatnya kondisi di jalan raya. Hal lain yang menyebabkan padatnya arus kendaraan tersebut karena mudahnya akses untuk mendapatkan kendaraan, baik roda dua dan roda empat di Palembang. Berbeda di Singapura yang akses untuk mendapatkan kendaraan termasuk sulit, karena diterapkannya *Vehicle Quota System*, yaitu sistem pembatasan jumlah kepemilikan kendaraan per-individu. Saat ini tercatat jumlah unit motor di Palembang mencapai 161.619 unit, dengan jumlah yang semakin bertambah. Total kepemilikan kendaraan mencakup mobil penumpang serta kendaraan khusus sejumlah 209.235 unit, jumlah tersebut sudah termasuk jumlah kepemilikan motor (Ditlantas Polda Sumsel).

Kondisi lalu-lintas di Palembang saat ini dapat dikatakan belum kondusif, selain karena kemacetan yang ditimbulkan oleh pembangunan monorel, masih seringnya terjadi pelanggaran lalu lintas di jalan, terutama oleh pengendara sepeda motor. Pelanggaran tersebut terjadi dikarenakan banyaknya jumlah sepeda motor di Palembang, namun tidak diimbangi dengan kesadaran masyarakatnya untuk taat peraturan. Berdasarkan observasi penulis, hampir setiap hari di berbagai ruas jalan di Palembang dapat ditemui pengendara yang melanggar lalu lintas. Bentuk pelanggaran yang dilakukan antara lain tidak menggunakan helm, menerobos lampu merah, serta plat nomor kendaraan yang tidak terpasang. Selain pelanggaran lalu lintas, permasalahan lainnya adalah kebiasaan pengendara motor yang membahayakan, salah satunya adalah berkendara secara "ugal-ugalan". Pengendara motor juga banyak yang menggunakan hak pejalan kaki untuk memudahkan menyalip kendaraan di depannya, terutama saat jalan mengalami kemacetan. Menyikapi hal tersebut, terdapat satu program yang dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat terkait permasalahan diatas, yaitu melalui himbauan *Safety Riding*.

Safety Riding adalah tindakan berkendara dengan aman dan sesuai peraturan berlalu lintas. Hal yang ditekankan pada *Safety Riding* mencakup kelengkapan motor standar, juga perihal perilaku berkendara yang aman ketika di jalan raya. Kekuatan pada himbauan *Safety Riding* adalah selain bisa dilakukan secara verbal, bisa juga dilakukan melalui media lainnya, contohnya adalah media grafis dan elektronik (video).

Palembang saat ini memiliki program *Safety Riding* menggunakan sarana *Soundbox* sebagai media untuk menyampaikan himbauan tentang ketertiban dan keamanan berlalu lintas. *Soundbox* tersebut dipasang pada tiap persimpangan lampu merah di beberapa ruas jalan yang ada di Palembang (Otomania 11/8/2015). Namun, terdapat kelemahan pada program tersebut, yaitu

suara keluaran *Soundbox* cenderung kalah oleh bisingnya suasana jalan raya, sehingga penyampaian informasi berjalan dengan tidak efisien.

Berdasarkan permasalahan lalu lintas yang ada di Palembang saat ini, serta masih minimnya upaya-upaya kampanye sosial terkait keamanan berlalu lintas terutama melalui media grafis di kota Palembang, Penulis terdorong untuk merancang sebuah media kampanye sosial. Melalui perancangan ini Penulis bermaksud untuk menginformasikan, memberikan pemahaman serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berkendara secara tertib dan aman, demi terciptanya suasana berkendara yang aman dan nyaman.

Rumusan masalah dalam perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini adalah bagaimana merancang desain kampanye sosial yang mampu memberikan pemahaman serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berkendara secara aman, tertib dan sesuai peraturan berlalu lintas.

Batasan masalah dalam perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini adalah Desain Media sosial menampilkan tips dan fakta tentang efek baik dan buruknya berkendara yang disajikan dengan desain yang menarik dan informatif, menampilkan fakta yang jelas dan bisa dipertanggungjawabkan terkait peraturan berlalu lintas dan keamanan berkendara sesuai standar *Safety Riding* dan hanya difokuskan pada kendaraan roda dua yaitu motor.

Tujuan dalam perancangan perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini adalah untuk meningkatkan kesadaran serta menghimbau masyarakat mengenai pentingnya mematuhi peraturan lalu lintas dan berkendara dengan aman disamping itu juga sebagai upaya untuk meminimalisir angka pelanggaran lalu lintas dan juga kecelakaan yang disebabkan oleh perilaku berkendara yang tidak aman, serta menciptakan suasana berkendara di jalan yang teratur dan nyaman melalui tindakan tertib berlalu lintas.

Adapun manfaat dalam perancangan perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini adalah sebagai sumber referensi dan informasi yang dapat meningkatkan wawasan dan pemahaman serta menimbulkan kesadaran patuh berlalu lintas dan berkendara dengan aman sehingga tercipta suasana berkendara yang nyaman selain itu info yang terdapat pada media kampanye sosial ini bisa dibagikan ke berbagai pihak.

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan kampanye sosial ini adalah dengan mengumpulkan data dalam bentuk wawancara, observasi, studi pustaka, serta menggunakan metode analisa data dengan menggunakan metode AISAS yang relevan di era teknologi sekarang ini agar ekspansi penyampaian data informasi dapat menjadi luas.

Pada perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini terdapat beberapa landasan teori yang digunakan, diantaranya adalah tentang kampanye sosial, desain komunikasi visual, ilustrasi, prinsip dan unsur desain, tipografi, dan semiotika.

2. Pembahasan

Dari segi infrastruktur jalan raya, kota Palembang saat ini mengalami kemajuan. Pembangunan jembatan penghubung di beberapa ruas jalan utama seperti Jembatan Musi 3, adanya *Underpass* di Patal Pusri serta akan dibangunnya *Fly Over* di kawasan KM 10 akan meningkatkan kelancaran lalu lintas di kota Palembang. Wacana-wacana tersebut memang bagus untuk kenyamanan masyarakat kota Palembang. Aktifnya Trans Musi sebagai moda transportasi angkutan kota juga menambah ragam jenis transportasi yang bisa diakses di kota Palembang. Namun, terlepas dari fakta bahwa variasi transportasi angkutan kota makin bertambah, sepeda motor tetap menjadi kendaraan favorit dan mendominasi di kota Palembang saat ini. Dengan jumlah menembus angka 161.619 unit.

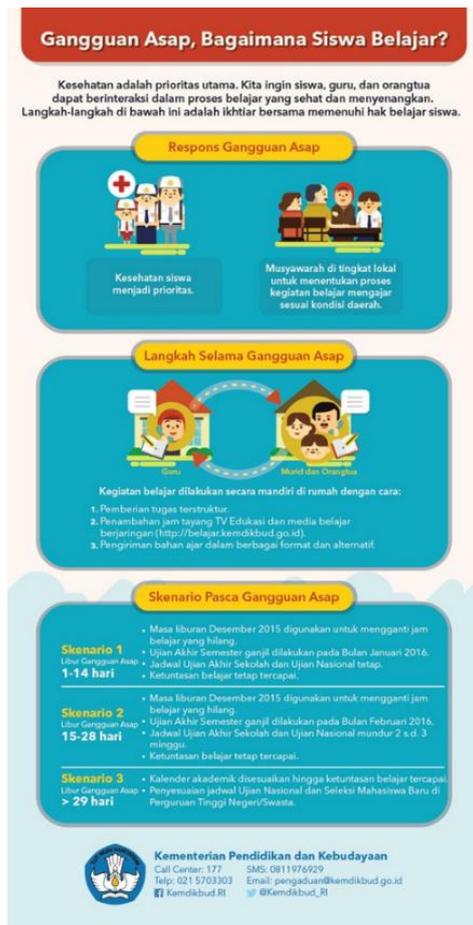
Sepeda motor menjadi kendaraan favorit masyarakat Palembang dikarenakan beberapa faktor yakni kemudahan untuk mendapatkannya, kemudahan dalam hal mengendarai, faktor efektifitas ketika di jalan raya serta dari sisi ekonomis menyangkut bahan bakar.

Sepeda motor hadir sebagai sebuah alat berkendara yang murah, hemat biaya perawatan dan menjadi primadona untuk digunakan dalam rutinitas masyarakat kota Palembang. Terlepas dari hal tersebut, penggunaan sepeda motor di Palembang menyimpan berbagai problematika, terutama dari sisi pengendaranya.

Pelanggaran lalu lintas merupakan salah satu bentuk rendahnya kesadaran serta kepatuhan masyarakat terhadap hukum yang berlaku. Di kota Palembang saat ini, pelanggaran lalu lintas dapat ditemui hampir setiap hari di berbagai ruas jalan raya di Palembang dan bentuk pelanggaran lalu-lintasnya pun beragam. Beberapa contohnya adalah tidak memakai helm ketika berkendara, modifikasi kendaraan yang membahayakan seperti penggunaan lampu rem berwarna putih, melanggar lampu lalu lintas, penggunaan atribut yang membahayakan seperti sarung tangan tempel dan penggunaan lajur jalan yang tidak sesuai kecepatan.

Berdasarkan permasalahan diatas, melalui perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas penulis menyajikan bentuk solutif berupa himbuan yang dikemas dalam bentuk menarik dan informatif terkait keamanan dan dampak kenyamanan dalam berkendara. Media kampanye dihadirkan dalam bentuk fisik dan elektronik berupa iklan televisi.

Pada perancangan kampanye sosial ini juga, penulis mencari beberapa referensi yang akan dijadikan tinjauan ide visual, referensi tersebut didapat darisebuah startup lokal indonesia yang bergerak dalam dunia infografis yaitu *House of Infographic*serta dari karya mahasiswa desain komunikasi visual di universitas yang ada di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah:



Gambar 1. Infografis Darurat Asap

Gambar diatas merupakan Infografis yang dibuat oleh startup lokal Indonesia, yaitu *House of Infographics* yang termasuk berkompeten di Indonesia dalam bidangnya. Infografis tersebut ditujukan untuk permasalahan asap yang sempat melanda berbagai kawasan di Indonesia terutama di Sumatera dan Kalimantan, khususnya siswa sekolah dari SD, SMP hingga SMA. Info yang ditampilkan berupa upaya-upaya apa yang mesti dilakukan, terkait proses belajar mengajar selama gangguan asap berlangsung. Pada infografis tersebut dijelaskan langkah-langkahnya secara bertahap, ditampilkan dengan desain yang sederhana namun mudah dimengerti. Kekuatan pada infografis tersebut terletak pada ilustrasi serta penyampaian informasi yang baik dan tersusun secara teratur. Aspek lainnya yaitu pemilihan warna serta tata Layout yang menarik, namun tidak mengesampingkan fungsi utama infografis tersebut sebagai media penyampai informasi. Pada perancangan media kampanye sosial Tertib dan Aman Berlalu Lintas Berbasis *Safety Riding* ini, Infografis di atas Penulis jadikan kajian ide dari segi keteraturan komposisi. Pada Infografis tersebut permasalahan dibahas secara bertahap kemudian penjabaran solusi diberikan secara mendetail. Hal tersebut kemudian diterapkan pada perancangan Infografis yang Penulis rancang, menyangkut keteraturan layout dan komposisi.



Gambar 2. Kampanye Sosial Gempa

Gambar diatas merupakan contoh media kampanye sosial yang dibuat oleh Eriko Yamaguchi salah satu mahasiswi Universitas Petra yang memiliki tema terkait gempa. Media kampanye sosial yang dibuat oleh Eriko ditujukan untuk anak-anak. Desain yang dibuat sangat baik dari segi visual, pemilihan warna dan bentuk ilustrasi ditampilkan dengan nuansa khas untuk anak-anak. Bentuk ilustrasi kartun yang lucu, dikombinasikan dengan informasi yang ingin disampaikan secara interaktif, membuat kampanye sosial tersebut sangat baik pada pengaplikasiannya dalam menyampaikan informasi. Terlihat Eriko sangat memperhatikan detail pada pemilihan media yang akan ia gunakan agar penyampaian pesan dalam media yang ia buat bisa secara efektif tersalurkan. Hal tersebut terlihat dari penggunaan media yang biasa digunakan anak-anak seperti botol minum, kartu identitas serta buku.

Pada kampanye sosial yang dirancang oleh Eriko diatas, Penulis menjadikannya referensi untuk kajian ide untuk diimplementasikan pada perancangan kampanye sosial Tertib dan Aman Berlalu Lintas berbasis *Safety Riding* ini. Diantaranya yakni mengenai pemilihan komponen media apa saja yang akan dibuat sesuai tema, dalam konteks ini yaitu lalu lintas. Pemilihan media tersebut akan didasarkan pada relevansinya terhadap tema, seperti pada tema gempa diatas yang target audiensnya anak-anak, pada tema lalu lintas yang penulis angkat pemilihan media akan disesuaikan terhadap pengendara motor. Media-media pendukung yang dipilih seperti stiker, gantungan kunci, *T-Shirt* dan *Outerwear* dipilih dikarenakan dapat digunakan oleh pengendara motor dan penyampaian pesan dan informasi melalui media tersebut dapat berjalan secara kontinyu serta tepat sasaran.

Strategi media merupakan proses pemilihan taktik yang akan digunakan untuk mencapai tujuan perancangan kampanye sosial ini. Strategi media yang ditetapkan meliputi segmentasi media, panduan media, program media dan biaya media. Pada perancangan media kampanye sosial ini, media yang akan dirancang menargetkan anak muda di jenjang usia 17-25 tahun sebagai target utama, target sekundernya adalah masyarakat secara umum dari jenjang usia diatas 25 tahun. Dari pemilihan target audiens tersebut, media yang telah dipilih akan dirancang agar memiliki kemampuan persuasif dari sisi informasi maupun desain.

Selain tujuan dan strategi media, pada perancangan media kampanye sosial ini dilakukan pemilihan media yang sesuai dengan tujuan dan strategi media. Pada prinsipnya dalam desain komunikasi visual media dibagi menjadi dua jenis, media cetak dan media elektronik. Media cetak merupakan media yang bersifat fisik melalui tahapan pencetakan dan menyampaikan pesan visual desain secara statik atau tidak bergerak. Media elektronik merupakan media visual yang bersifat digital dan berbasis ruang elektronik. Adapun pemilihan media yang akan digunakan pada perancangan media kampanye sosial ini adalah Motion Graphic sebagai medium iklan televisi, Infografis, Poster, Kaos, Hoodie, Mug, Stiker, Pin, Tote Bag dan Gantungan Kunci.

Pada perancangan kampanye sosial ini, khalayak sasaran atau target audiens yang dituju adalah anak muda dengan rentang usia 17-25 tahun. Namun, tidak menutup kemungkinan jika perancangan kampanye sosial ini dapat juga menuju target audiens secara umum. Pemilihan anak muda sebagai target audiens dikarenakan menurut observasi Penulis, pelanggaran lalu lintas serta pola berkendara yang tidak aman banyak dilakukan oleh anak muda di rentang usia tersebut. Berdasarkan aspek psikologis, anak muda cenderung labil secara kepribadian. Hal tersebut berpengaruh dalam berbagai hal, termasuk dalam pola berkendara.

Setelah memilih media yang akan digunakan pada perancangan kampanye sosial tertib berlalu lintas dan berkendara dengan aman berbasis *Safety Riding* ini, selanjutnya dibuatlah panduan media yang berisi detail produksi serta proses pembuatan media tersebut sesuai dengan relevansi bahan pembuatannya.

Adapun program media meliputi tempat-tempat yang akan dilakukan penyebaran media, kuantitas tiap media serta cara pembagiannya. Pada perancangan kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini, media akan ditempatkan pada lokasi lokasi yang sering dilalui oleh pengendara sepeda motor dan lokasi strategis lainnya agar efektifitas penyampaian informasi dapat berjalan dengan maksimal. Lokasi tersebut diantaranya adalah persimpangan lampu lalu lintas, kantor samsat dan kantor polisi di kota Palembang. Selain itu, penempatan menyasar kepada target audiens yaitu pelajar dan mahasiswa berlokasi di institusi pendidikan seperti sekolah dan kampus.

Adapun Konsep Kreatif pada perancangan media kampanye sosial ini, media yang dibuat memuat sebuah informasi yang disertai ilustrasi. Informasi yang terdapat pada media akan dihadirkan dengan lugas sehingga dapat dengan mudah dimengerti, namun tidak mengesampingkan tingkat keakuratannya. Adapun yang dimaksud dengan keakuratan tersebut adalah informasi yang ada menampilkan fakta dan informasi yang memiliki kredibilitas, dapat dipertanggungjawabkan dalam konteks lalu lintas dan keamanan berkendara.

Gaya desain/visualisasi yang akan digunakan pada perancangan kampanye sosial ini adalah flat desain. Penggunaan flat desain saat ini sedang populer, baik itu untuk penggunaan ilustrasi, logo, maupun website. Hal tersebut dikarenakan flat design memiliki berbagai

keistimewaan dibandingkan dengan gaya tampilan lainnya semisal skeuomorphism. Adapun beberapa keunggulan tersebut antara lain tampilan yang lebih modern, desain yang ada mampu tampil lebih responsif serta simpel. Penulis menyadari hal tersebut dan mengaplikasikannya pada media visual yang akan dirancang. Gaya flat design ini akan diterapkan dalam media visual yang akan dirancang baik itu ilustrasi maupun elemen desain lainnya seperti simbol. Terkait masalah berlalu lintas serta objek visual yang telah dipilih dan dijabarkan sebelumnya, penggunaan flat desain akan menjadikan desain visual lebih sederhana dan mudah diterima. Hal tersebut penting dikarenakan kompleksitas masalah yang ada, penyajian desain sebagai pemecah masalah apabila lebih sederhana akan lebih baik dibandingkan ditampilkan dengan gaya visual yang rumit dan sulit dimengerti. Namun kembali ke konteks masalah itu sendiri, tiap problematika berlalu lintas yang ada akan memiliki porsinya masing-masing dan akan disajikan dengan visual yang berbeda-beda.

Pada perancangan media kampanye sosial ini akan menggunakan warna-warna yang familiar dengan suasana berlalu lintas. Hal tersebut dilandaskan dengan penggunaan warna warna yang kerap digunakan pada atribut jalan raya seperti indikator lampu lalu lintas, tanda peringatan dan lainnya. Disamping itu, penggunaan warna yang familiar dapat menjadikan media visual yang dirancang memiliki kesan dekat dengan audiensnya dan mampu meningkatkan nilai pemahaman atau keinginan untuk mengerti maksud dari pesan yang ingin disampaikan.

	R: 201
	G: 48
	B: 43
	R: 253
	G: 173
	B: 17
	R: 138
	G: 184
	B: 59
	R: 242
	G: 242
	B: 242

Gambar 3. Warna

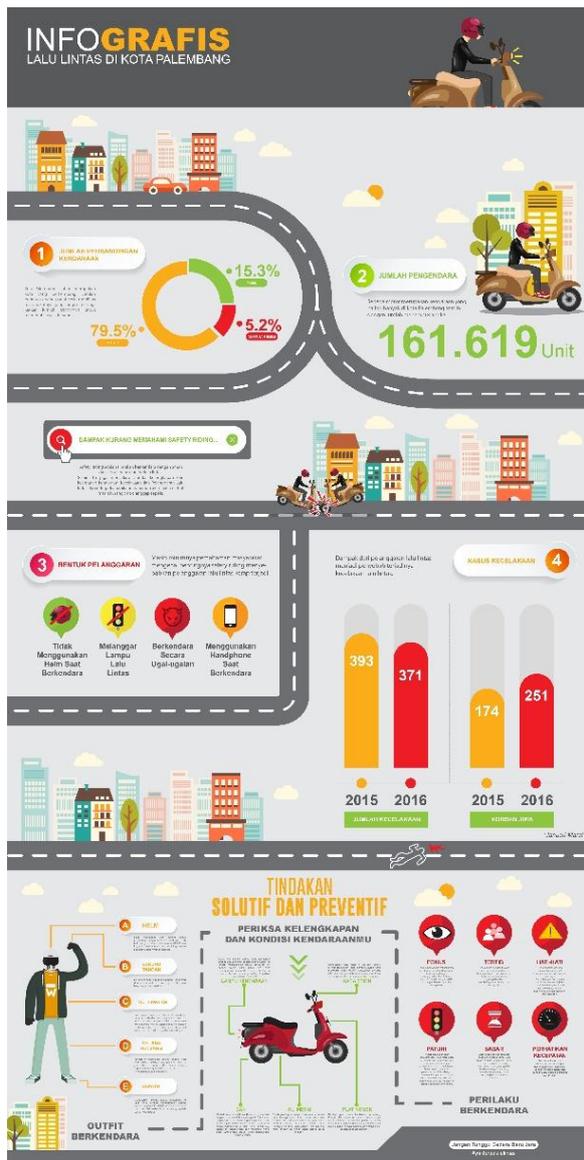
Pada pemilihan tipe huruf/Font, media visual kampanye sosial ini akan menggunakan dua macam huruf yang memiliki tipe sama. Pada headline yang merupakan judul utama sebuah topik pembahasan, jenis huruf yang akan digunakan adalah slab serif. Font/Tipe Huruf slab adalah jenis lain dari sans serif (tanpa kait), slab memiliki tampilan yang kokoh dengan bentuk Font yang tebal. Berdasarkan hal tersebut, Font jenis ini sering digunakan sebagai headline pada surat kabar, majalah serta media lainnya. Adapun tipe huruf yang dipakai pada perancangan media kampanye sosial ini adalah Gobold. Untuk bagian Subheadline, jenis Font

yang dipilih juga sans serif. Penggunaan sans serif pada Bodycopy bertujuan untuk menyeimbangkan tata Layout media sehingga tidak terkesan bertumpuk.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn opqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 4. Huruf



Gambar 4. Infografis

Pada Infografis diatas, permasalahan serta solusi dari berbagai macam konteks berlalu lintas dihadirkan dalam beberapa bagian, dimulai dari menampilkan data faktual terkait kondisi lalu lintas di kota Palembang, serta

bentuk bentuk pelanggaran yang ada, dan dari semua segmen tersebut pada bagian akhir disajikan bentuk solusi yang dapat diaplikasikan dalam berkendara terkait keamanan dan kenyamanan berkendara.



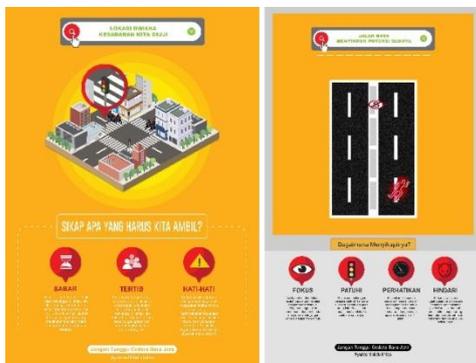
Gambar 5. Cuplikan Iklan Televisi

Iklan televisi diatas memakai beberapa konten yang dihadirkan dalam poster dan infografis yang dirancang, namun disajikan dalam bentuk yang berbeda yaitu melalui motion graphic. Hal tersebut bertujuan untuk penggunaannya sebagai iklan televisi dan dengan bentuk penyajian tersebut informasi yang disampaikan menjadi lebih dinamis. Selain itu, motion grafis juga menarik dan dapat dengan mudah di *sharing* melalui aplikasi lain dengan memanfaatkan internet tanpa kehilangan kualitas gambar baik itu audio maupun visualnya.



Gambar 6. Poster Isu-isu Lampu Kendaraan

Poster diatas membahas isu penggunaan lampu kendaraan seperti lupa mematikan atau menghidupkan lampu sein dan modifikasi berbahaya pada lampu rem. Disertai dengan himbuan.



Gambar 7. Poster Isu-isu Bahaya di Jalan Raya

Poster diatas membahas isu mengenai pelanggaran yang sering terjadi di persimpangan lampu lalu lintas dan himbuan mengenai hal tersebut agar tidak terjadi hal hal yang tidak diinginkan seperti kecelakaan. Poster selanjutnya membahas secara singular bahaya di jalan raya yaitu kecelakaan dan himbuan untuk meminimalisir agar hal tersebut tidak terjadi.



Gambar 8. Poster Cek Kendaraan dan Sarung Tangan

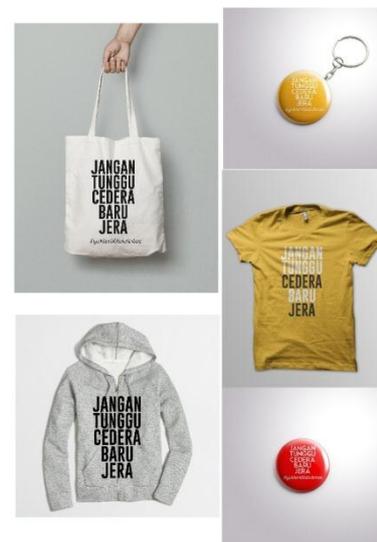
Poster diatas berisikan informasi tentang pentingnya mengecek kondisi sepeda motor baik dari sisi teknis maupun kelengkapan lainnya seperti plat nomor, stnk

dan sim. Selain itu, terdapat poster yang membahas tentang tren berlalu lintas saat ini yang berpotensi membahayakan yaitu penggunaan sarung tangan tempel yang tidak ideal digunakan berkendara. Poster disertai himbuan dan informasi terkait hal tersebut.



Gambar 8. Poster Mood Berkendara dan Pakaian Ideal

Poster diatas membahas mengenai kondisi mood yang dapat mempengaruhi perilaku berkendara, konteksnya menasar kepada anak muda namun juga bersifat luas dari sisi targetnya, selain itu juga terdapat poster yang membahas mengenai pakaian yang ideal digunakan saat berkendara untuk kenyamanan dan keamanan pengendaranya.



Gambar 9. Media Pendukung

Gambar diatas adalah media-media pendukung kampanye sosial tertib dan aman berlalu lintas ini dan terdapat pada program kampanye sosial.

3. Kesimpulan

Pelanggaran lalu lintas di kota Palembang terutama oleh pengendara motor memang cenderung sering terjadi. Oleh karena itu, pada perancangan kampanye sosial Tertib dan Aman Berlalu Lintas Berbasis *Safety Riding* ini telah memuat himbauan sebagai bentuk solusi alternatif menyikapi hal tersebut. Adapun himbauan dan informasi disesuaikan dengan beragam problem berlalu lintas yang ada. Selain itu juga mengikuti isu isu permasalahan lalu lintas yang muncul baru baru ini. Dengan cakupan yang luas terhadap permasalahan lalu lintas tersebut, diharapkan nantinya efektifitas penyampaian informasi melalui media kampanye sosial yang dirancang ini tepat sasaran, sehingga masyarakat bertambah wawasannya perihal ketertiban dan keamanan berlalu lintas. Diharapkan kedepannya, bentuk bentuk kampanye sosial seperti Perancangan Kampanye Sosial Tertib dan Aman Berlalu Lintas berbasis *Safety Riding* ini dapat memiliki ruang di dalam instansi yang terkait perihal lalu lintas, sehingga keberlanjutan kampanye sosialnya dapat terjaga dan juga efektifitas penyampaian informasi bisa menjadi lebih efektif. Selain itu, pembaharuan jenis media kampanye di masa akan datang dapat terus terealisasi hingga kondisi tertib dan aman dalam berlalu lintas dapat diraih.

Daftar Pustaka

- [1] Danesi, Marcel (2012) *Pesan, Tanda dan Makna. Jelasutra*, Yogyakarta.
- [2] Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007) *Balai Pustaka*, Departemen Pendidikan Nasional.
- [3] Kunarto. (1999). *Merenungi Kritik Terhadap Polri Masalah Lalu Lintas*. Cipta Manunggal, Jakarta.
- [4] Kusrianto, Adi. (2009) *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- [5] Manan, Bagir (2008). *Memulihkan Peradilan yang Berwibawa dan Dihormati*, IKAHI, Jakarta Pusat
- [6] Safanayong, Yongky (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia, Jakarta.
- [7] Suwardjoko P Warpani (2002). *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan jalan*, Penerbit ITB Bandung.
- [8] Tri Prasetya, Joko (1991). *Ilmu Budaya Dasar, Rineka Cipta*, Jakarta
- [9] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (2009). Citra Umbara, Bandung.