

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *SAFETY RIDING* BERSEPEDA DI KOTA PALEMBANG

Agustinur Adipura¹⁾, Husni Mubarat²⁾, Bobby Halim³⁾

^{1), 2)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya
Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20ilir, Kota Palembang
Email : agustinuradipura@gmail.com¹⁾ husni_dkv@uigm.ac.id²⁾ bobby_dkv@uigm.ac.id³⁾

ABSTRACT

During the Covid-19 Large-Scale Social Restrictions (PSBB) period in Indonesia, cycling is one of the people's choices to carry out sports activities to maintain endurance. The increasing number of bicycle users will certainly cause new problems in understanding good and correct cycling safety riding. Discipline problems in the use of safe driving (safety riding) bad traffic is a phenomenon that occurs in big cities. For knowledge about driving safety, known as Safety riding, it is a must-have requirement before starting to drive on the highway. The difficulty of finding the right material on bicycle riding safety for the public makes it difficult for people to understand the content of the material on bicycle riding safety. Based on these problems, the authors created a campaign to make it easier for the public to understand the safety of riding a bicycle that is safe and comfortable for themselves and others. This design uses data collection methods through surveys and interviews with 5 W + 1H data analysis methods (What, When, Who, Where, Why, How). The target audience for this campaign are men and women aged 17-30 years. This campaign uses educational video media about the implementation of cycling safety riding as the main media, this design also uses print media as pre-media and follow-up media, among others; jersey, bicycle helmet, tumbler, catalog, x-banner and drawstring bag. This campaign is expected to foster discipline in driving, especially cyclists in driving on the highway.

Keywords: *cycling safety riding, social campaigns, educati videos*

ABSTRAK

Pada masa Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) covid-19 di Indonesia, bersepeda menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk melakukan aktivitas olahraga demi menjaga daya tahan tubuh. Meningkatnya jumlah pengguna sepeda tentu akan menimbulkan masalah baru dalam pemahaman tentang *safety riding* bersepeda yang baik dan benar. Masalah kedisiplinan dalam penggunaan berkendara yang aman (*safety riding*) lalu lintas yang buruk merupakan fenomena yang terjadi di kota-kota besar. Untuk pengetahuan tentang keselamatan berkendara yang dikenal dengan istilah *Safety riding* merupakan ketentuan yang harus dimiliki sebelum memulai berkendara di jalan raya. Sulitnya mencari materi tentang keselamatan berkendara sepeda yang tepat bagi masyarakat membuat masyarakat sulit memahami isi konten materi tentang keselamatan berkendara sepeda. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis membuat kampanye untuk memudahkan masyarakat dalam memahami keselamatan berkendara sepeda yang aman dan nyaman untuk diri sendiri maupun orang lain. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data melalui survey dan wawancara dengan metode analisa data 5 W+1H (*What, When, Who, Where, Why, How*). Adapun target audiens kampanye ini adalah laki dan perempuan usia 17-30 tahun. Kampanye ini menggunakan media video edukasi tentang penerapan *safety riding* bersepeda sebagai media utama, perancangan ini juga menggunakan media cetak sebagai *pre media* dan *follow up media* antara lain; jersey, helm sepeda, *tumbler*, katalog, *x-banner* dan tas serut. Kampanye ini diharapkan dapat menumbuhkan kedisiplinan dalam berkendara khususnya pesepeda dalam berkendara di jalan raya.

Kata kunci: *safety riding bersepeda, kampanye sosial, video edukasi*

Pendahuluan

Budaya bersepeda di Indonesia sudah dikenal sejak zaman penjajahan Belanda. Pada saat itu hanya kalangan tertentu saja yang dapat membeli sepeda. Sepeda dianggap sebagai barang mewah dan menjadi simbol kekayaan seseorang di era kolonial. Setelah Indonesia merdeka, semakin banyak orang yang menggunakan sepeda sebagai sarana transportasi yang murah dan sehat. Berbagai jenis sepedapun muncul, seperti sepeda kumbang, sepeda jengki, sepeda unta dan sepeda ontel. Budaya sepeda ini populer sampai tahun 1970-an yang ditandai dengan banyaknya sepeda yang melintas di jalan raya. (Hillun Vilayl Napis, 2014 :1).

Sepeda merupakan salah satu transportasi ramah lingkungan, sepeda tidak menggunakan bahan bakar untuk melakukan pergerakan melainkan menggunakan tenaga manusia. Sepeda hakikatnya adalah sebuah moda transportasi, namun di era sekarang ini tujuan bersepeda sudah mulai bergeser. Selain sebagai alat transportasi sepeda juga berfungsi sebagai sarana atau alat olahraga dan sudah menjadi tren gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat kota. Berbagai macam jenis sepeda yang sering di jumpai mulai dari sepeda onthel, sepeda gunung (*Moun Tain Bike/MTB*), sepeda fixie, sepeda BMX hingga sepeda lipat. Jenis sepeda yang berbagai macam tersebut membuat setiap jenis sepeda memiliki ciri khas untuk membedakan dengan jenis sepeda yang lain. Mereka tergabung dalam kelompok-kelompok kecil dan membentuk komunitas sepeda dimana komunitas tersebut dibentuk untuk menyalurkan hobi bersepeda. Kegiatan bersepeda yang dilakukan secara intensif dan rutin dapat menghadirkan sebuah budaya dalam kehidupan masyarakat. Budaya merupakan suatu cara dan gaya hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok kemudian diwariskan secara turun temurun. Terkadang budaya membuat orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis karena budaya merupakan hal yang tidak terpisahkan dari hidup manusia.

Budaya Bersepeda

Menurut *Dutch Daily News*, Jepang merupakan salah satu negara yang menerapkan budaya bersepeda di mana negara ini telah mendapat predikat pertama untuk “*The Best Country in the World to live*” yang artinya “Negara dengan tempat tinggal terbaik di dunia”. Predikat tersebut juga ditunjang dengan keteraturan tata kota untuk bermobilitas dan minimnya polusi udara. Budaya bersepeda di Jepang sudah ada sejak tahun 1800-an dan hampir seluruh penduduknya merupakan pengguna aktif sepeda sebagai transportasi utama untuk menjalankan kegiatan sehari-hari. Peraturan berlalu

lintas bagi pesepeda di Jepang cukup ketat. Pesepeda wajib berada di jalur paling kiri jalan dan tidak diperbolehkan melaju berdampingan. Lampu dan rambu lalu lintas juga harus dipatuhi sepeda selayaknya kendaraan bermotor. Peraturan-peraturan tersebut apabila dilanggar bagi pengguna sepeda akan dikenakan denda berkisar 20,000 – 50,000 Yen atau sekitar Rp 2,8 juta – Rp 7 juta dan penjara maksimal 3 bulan (Bramantijo, 2013 : 6).

Pesepeda di Kota Palembang

Menurut Casmadi (wawancara 13 februari 2021) sebagai penggiat olahraga sepeda dan ketua umum komunitas sepeda Pancal Pedal Palembang, di Kota Palembang olahraga bersepeda menjadi salah satu hobi yang banyak diminati pada masa pandemi. Jumlah komunitas sepeda juga terus bertambah ada sekitar 100 lebih komunitas sepeda dan jumlahnya bisa hingga ribuan orang yang mengikuti tren bersepeda di Kota Palembang pada tahun 2021 ini. Meningkatnya penggiat olahraga sepeda menimbulkan perhatian bagi pemerintah Kota Palembang dengan dibuat fasilitas umum seperti halte parkir sepeda dan lajur khusus untuk pesepeda di jalan-jalan protokol Kota Palembang.



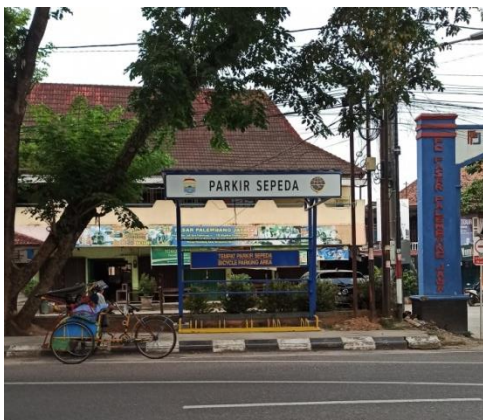
Gambar 1. Pesepeda di jalan protokol Palembang
(Sumber : Agustiner Adipura, 2020)

Tercatat dari artikel sumselantaranews.com pada tanggal 9 Januari 2021 Dinas Perhubungan Kota Palembang membuat lokasi parkir sepeda di pinggir jalan agar masyarakat semakin tertarik dan nyaman menggiatkan olahraga tersebut, Kepala Dinas Perhubungan Kota Palembang Agus Rizal di Palembang, Sabtu, mengatakan pada 2021 pihaknya membangun parkir sepeda di 15 titik yang tersebar di sepanjang jalur sepeda dengan tingkat keamanan yang sesuai standar. Agus Rizal juga mengatakan bahwa pembuatan tempat parkir sepeda dengan dominasi warna biru dan kuning itu, dianggarkan dari Kementerian Perhubungan 2020 sepaket dengan pembuatan marka jalan di jalur sepeda.

Lajur ini terletak pada sebelah kiri dekat dengan trotoar pada rute Kambang Iwak-Benteng Kuto Besak-Jakabaring dan pemasangan rambu di 34 titik. Jalur sepeda di oprasionalkan pukul 05.00 WIB – 19.00 WIB, Walikota Harnojoyo meminta masyarakat baik pengelola maupun pengendara agar tidak parkir ataupun menghalangi jalur sepeda saat oprasional. Lajur sepeda ini dibuat oleh Pemerintah Kota Palembang agar masyarakat Kota Palembang lebih nyaman dan aman saat melakukan aktifitas bersepeda. Keberadaan lajur ini diyakini dapat melindungi pesepeda dari bahaya kecelakaan lalu lintas.



Gambar 2. Jalur sepeda di jalan Tasik Palembang
(Sumber Foto : Agustininur Adipura, 2020)



Gambar 3. Parkir sepeda di jalan Tasik area Kambang Iwak Palembang
Sumber : Agustininur adipura

Dari hasil observasi pada tanggal 7 Maret 2021 bertempat di jalan Kambang iwak Palembang dari pukul 06.00 – 08.00 WIB, penulis mengamati dan mencatat terdapat 321 pesepeda melintasi kawasan kambang iwak dan di temukan sebanyak 183 pesepeda yang tidak menerapkan *safety riding*. Penulis mewawancarai 5 orang pesepeda mengenai alasan tidak menerapkan *safety riding*, hasil yang di dapat adalah kurangnya kesadaran diri untuk menerapkan *safety riding*, belum adanya sosialisasi dari pemerintah dan tidak ada aturan tegas untuk pelanggaran sepeda. Hal ini membuktikan bahwa kesadaran di Kota Palembang masih sangat rendah dan juga kurangnya sosialisasi tentang *safety riding* bersepeda dari pemerintah Kota Palembang.

Masalah keselamatan di jalan raya sangat erat dengan lalu lintas karena berbagai kecelakaan pada pengguna jalan raya dapat menimbulkan kerugian dan kematian. Kecelakaan lalu lintas, selain faktor kendaraan dan faktor lingkungan, faktor pengendara menjadi penyebab utama kecelakaan. Keselamatan berlalu lintas menjadi salah satu prioritas yang harus diutamakan dan diperhatikan. Penerapan *safety riding* telah diatur dalam UU Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan pada BAB XI Pasal 203 Ayat 2 huruf a yang berbunyi : "Untuk menjamin Keselamatan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan rencana umum nasional Keselamatan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Permasalahan-permasalahan *safety riding* dalam bersepeda sudah sepatutnya menjadi perhatian bagi penggiat hobi bersepeda, karena mengingat fenomena bersepeda yang semakin hari semakin meningkat, dan tidak mengenal status usia, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa dan lansia, tentunya fenomena ini tidak menutup kemungkinan muncul atau banyaknya permasalahan-permasalahan dalam mengendarai sepeda, terutama pada penerapan *safety riding* bagi penggiat hobi bersepeda. Permasalahan ini dapat dipandang dari beberapa sisi, baik dari sisi pengetahuan maupun kesadaran pengguna sepeda untuk menerapkan *safety riding*. Untuk menanggapi permasalahan di atas, perlunya dibangun sebuah komunikasi efektif di benak masyarakat kota Palembang melalui perancangan kampanye sosial.

Kampanye Sosial

Kampanye Sosial Menurut Kotler & Roberto (*Philip Kotler, Eduardo L. Roberto, 1989*) kampanye sosial dibuat untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat umum maupun tertentu. Sedangkan menurut Leslie B. Snyder, Kampanye komunikasi adalah sebuah aktifitas terorganisir yang ditujukan untuk khalayak tertentu, dikerjakan dalam jangka waktu yang ditentukan dan untuk mencapai tujuan tertentu.. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat non komersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik. Media Visual Kampanye, Klingemann dan Rommele dalam Venus (2012:84) mendefinisikan saluran atau media kampanye sosial merupakan segala bentuk perantara untuk menyampaikan pesan kampanye kepada khalayak sasaran. Sedangkan media visual kampanye adalah bentuk penyampaian pesan kampanye kepada khalayak sasaran menggunakan gambar, foto dan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh indra penglihatan. Peranan media adalah menghubungkan pesan dari komunikator kepada khalayak sasaran sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

Khalayak Sasaran

Perancangan ini mempunyai target *audience* sebagai berikut:

a. Aspek Demografis

Aspek Demografis meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan dan tingkat penghasilan (E Suyanto, 2006:67) Aspek demografis dalam penciptaan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini adalah sebagai berikut: memiliki target *audience* yaitu laki-laki remaja akhir dan dewasa yang usianya berkisar sekitar 17-30 tahun. Kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini dibuat untuk masyarakat menengah ke atas yang bersepeda untuk rekreasi atau hobi.

b. Aspek Geografis

Aspek geografis meliputi wilayah, provinsi, kabupaten, kota, dengan sifatnya urbanis/semi atau urbanis/rural (E Suyanto, 2006: 67). Adapun aspek geografis dalam perancangan kampanye sosial *safety riding* bersepeda ini adalah Kota Palembang.

c. Aspek Psikografis

Aspek psikografis meliputi kepribadian, gaya hidup, kesukaan, dan tingkat sosial (E Suyanto, 2006: 67). Adapun aspek psikografis dalam perancangan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini ditunjukkan kepada masyarakat yang mempunyai hobi bersepeda, menyukai hal hal yang praktis, menyukai hiburan dan mempunyai waktu yang padat.

d. Aspek Behaviouristik

Aspek behaviouristik meliputi perilaku pembelian/penggunaan, tingkat menggunakan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (E Suyanto, 2006: 67). Adapun aspek behaviouristik dalam perancangan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini adalah ceroboh, tidak taat pada aturan, ikut-ikutan dan ingin praktis.

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam Perancangan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, yakni: wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, kepustakaan dan internet. Sedangkan metode analisa data yang digunakan ialah metode analisa data kualitatif yang bersifat deskriptif dan 5W + 1H (What, When, Who, Where, Why, How). Penelitian deskriptif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Azwar 2005:5).

Metode 5W+1H merupakan metode penelitian umum yang sering digunakan untuk mengetahui lebih dalam dan mempertajam tujuan dari penelitian agar dapat menjadi sebuah *problem solving*.

a) What

Kampanye *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini merupakan kampanye yang mengedukasikan tentang cara dan pentingnya penerapan *safety riding* saat berkendara sepeda di Kota Palembang untuk menciptakan keharmonisan antara pengguna jalan raya lainnya.

b) Why

Pembahasan ini muncul dari meningkatnya penggiat hobi bersepeda pada masa pembatasan sosial bersekalanya besar COVID-19 sehingga banyaknya pesepeda-pesepeda pemula yang belum memahami *safety riding* bersepeda. Dengan adanya kampanye ini diharapkan mampu menyadarkan, dan menekan remaja untuk menerapkan *safety riding* sebelum dan saat bersepeda di jalan raya sehingga dapat menghindari resiko terjadinya kecelakaan lalu lintas pada masyarakat Indonesia khususnya Kota Palembang.

c) Who

Target audience dari penelitian ini adalah pesepeda yang bersepeda pada jalan protokol di Kota Palembang dan seluruh masyarakat Kota Palembang. Dipilihnya target audience diatas karena target audience merupakan subyek utama perancangan karya yang berhubungan dengan tujuan dari perancangan karya.

d) When

Perancangan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini akan di lakukan pada tanggal 3 juni saat hari sepeda sedunia. Perancangan kampanye ini juga dapat dilakukan pada saat hari *weekend* atau hari libur.

e) Where

Kampanye ini akan di lakukan pada video tron di jalan raya protokol kota Palembang dan media online seperti youtube, facebook, dan instagram. Selain itu akan di lakukan penyebaran brosur pada titik-titik spot pesepeda yang ada di kota Palembang seperti area *car free day* di kota Palembang.

f) How

Untuk menemukan solusi dari masalah-masalah yang muncul maka perlunya dibuat media komunikasi visual yang efektif dan efisien sehingga dapat tepat pada target sasaran yang ingin dituju dari perancangan ini. Kampanye secara berulang dan berturut-turut akan dilakukan pada target sasaran untuk memperkenalkan dan mengubah pola pikir serta perilaku masyarakat.

Pembahasan

Dalam proses pembuatan kampanye sosial *safety riding* bersepeda di Kota Palembang ini dibutuhkan strategi dan konsep kreatif yang dapat memenuhi segala yang diinginkan dan memberikan manfaat yang tepat bagi target audience, dengan penetapan tujuan dan strategi kreatif yang mampu menjangkau dan memberikan informasi tentang *safety riding* bersepeda di Kota Palembang.

Isi pesan yang disampaikan adalah informasi yang dibuat berdasarkan fakta. Disamping itu juga isi pesan memberikan informasi bagaimana cara *safety riding* bersepeda mulai dari perlengkapan sebelum bersepeda hingga saat bersepeda di jalanraya dengan disampaikan secara ringkas. Isi pesan akan disesuaikan dengan media

yang dibuat. Sehingga, penulis dalam kampanye ini akan memberikan informasi dan edukasi mengenai perlengkapan *safety* sebelum bersepeda, cara aman bersepeda di jalan raya, peta lajur sepeda dan fasilitas parkir sepeda yang ada di Kota Palembang.

Sebuah faktor penting dalam sebuah karya adalah menciptakan gaya desain yang cocok untuk target *audience*. Karakteristik target *audience* dalam perancangan ini merupakan masyarakat perkotaan yang dinamis, sehingga gaya yang digunakan adalah gaya *International Swiss Design*.

Pembuatan nama dan logo kampanye yaitu “*Safety Cycling*” berasal dari kata “aman bersepeda” dalam bahasa Inggris yang kemudian disambungkan dengan pemberian tagline “Jadi goweser yang lebih baik” di bagian bawah logo. Penggunaan tagline bertujuan menciptakan sebuah *positioning* yang ada kaitannya untuk memunculkan kepedulian, meningkatkan dan mengembangkan sikap tersebut menjadi perilaku baru dari target *audience*. Pesan verbal yang digunakan akan menggunakan bahasa Indonesia dan sedikit bahasa populer dalam bahasa Indonesia sehingga terdengar lebih akrab, sedangkan pesan visual yang digunakan sebagai pemikat daya tarik



Gambar 4. Desain final logo kampanye

Salah satu cara untuk menarik perhatian *audience* adalah dengan memadukan warna-warna yang mencolok namun seimbang. Dalam perancangan ini, target *audience* akan banyak menemui sentuhan warna merah, kuning dan hijau.

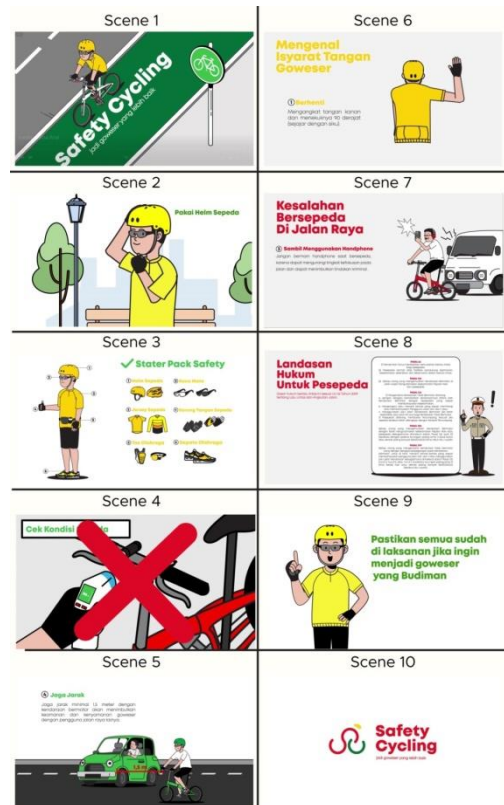
Jenis *typeface* yang digunakan adalah jenis *sans-serif* karena jenis ini lebih menggambarkan gaya *International Swiss Design*. Pemilihan tipografi pada *headline* logo akan menggunakan jenis huruf “*Montserrat*” dengan tipe *bold* karena *typeface* ini mempunyai bentuk yang sederhana dan mudah dibaca bila dicetak dalam ukuran besar maupun kecil.

Dalam upaya penyampaian pesan kampanye sosial ini, maka dibutuhkan media-media yang dapat menyampaikan pesan secara efektif dan efisien. Karakteristik masyarakat Kota Palembang adalah masyarakat yang mayoritasnya banyak melakukan kegiatan di jalan perkotaan sehingga lokasi dan bentuk media akan lebih tepat ke media luar ruang.

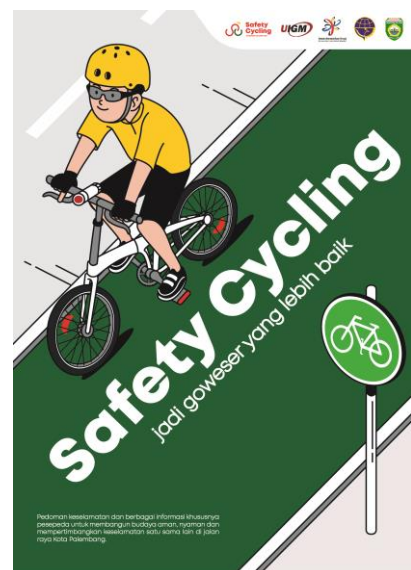
Media utama merupakan media yang berperan sebagai media yang paling menonjol dan di utamakan dalam promosi produk/jasa itu sendiri. Pada media utama yang akan di tampilkan adalah video edukasi tentang penerapan *safety riding* bersepeda. Media utama inilah yang akan digunakan untuk memberikan informasi kepada target sasaran. Halim (2016 : 34) mengatakan,

unsur-unsur atau unit-unit yang membangun struktur lahiriah dari film adalah 1) *Shot*, 2) *Scene*, atau adegan, 3) *Sequence* (sekwens) atau babak, 4) Totalitas.

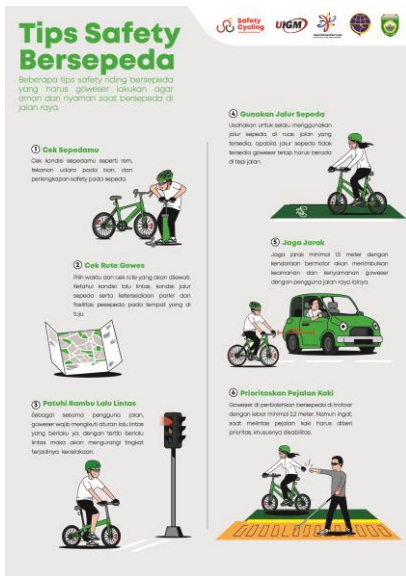
Perancangan kampanye sosial ini juga menentukan program kreatif guna tercapainya komunikasi atau pesan dengan *audience*. Pada *main media*, yaitu video edukasi. Selain media elektronik, perancangan ini juga menggunakan media cetak sebagai *pre media* dan *follow up media* antara lain; jersey, helm sepeda, *tumbler*, katalog, *x-banner* dan tas serut yang akan disebarakan dalam proses sosialisasi kepada para pesepeda



Gambar 5. Video Edukasi Kampanye



Gambar 6. Final Desain Poster Utama



Gambar 7. Final Desain Poster Tips Safety Bersepeda



Gambar 8. Final Desain Poster Peta Fasilitas Sepeda



Gambar 9. Tumbler



Gambar 10. Jersey



Gambar 11. Tas Serut



Gambar 12. Helm Sepeda



Gambar 13. Desain Brosur



Gambar 14. Desain X - banner

Kesimpulan

Penulis merancang suatu bentuk kegiatan kampanye dengan tujuan untuk menjadi sebuah *problem solving* dari masalah-masalah di atas. Dari perancangan yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan akan berguna bagi masyarakat ataupun target sasaran agar dapat memahami serta mendapat informasi dari kampanye sosial *safety riding* bersepeda ini. Dengan menggunakan media utama video edukasi dan berbagai media pendukung lainnya diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan tepat sasaran. Selain itu dengan adanya video edukasi ini diharapkan setiap pesepeda yang belum menerapkan *safety riding* bersepeda diharapkan dapat mulai menerapkan pola bersepeda yang baik dan benar dan memberikan contoh kepada pesepeda pesepeda lainnya di seluruh Indonesia, khususnya di Kota Palembang. dalam kampanye ini.

Saran

Bagi masyarakat Kota Palembang, diharapkan memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap pesepeda yang melintas di lajur sepeda untuk mendahulukan pesepeda tersebut dan untuk pesepeda itu sendiri walaupun menjadi prioritas di jalan selalu tetap mengikuti aturan yang ada di jalan agar menciptakan keharmonisan sesama pengguna jalan raya. Masyarakat yang mentaati hal tersebut juga menjadi warga yang menaati peraturan perundangan dan terlebih lagi menjadi warga yang peduli sesamanya.

Bagi pemerintah Kota Palembang, diharapkan dapat menambah fasilitas pesepeda dan meningkatkan keamanan dan kenyamanan untuk sepeda sehingga para pesepeda bisa nyaman saat melakukan kegiatan bersepeda di tengah kota.

Daftar Pustaka

- Adi Kusrianto, 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Palembang : ANDI Yogyakarta.
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kartika, Dharsono Sony, 2007. *Estetika Seni Rupa Nusantara*. Bandung: Rekayasa Sains. Nursantara, Yayat.
- Kriyantono. Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo, 2013. *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Bella Vebiyanti, 2020. *Perancangan Kampanye Sosial Pemanfaatan Kulit Pisang Sebagai Produk Makanan di Kota Palembang*. Tugas Akhir. Palembang :Universitas Indo Global Mandiri.
- Bramantijo, 2013. *Perancangan Kampanye Sosial Tentang Penggunaan Lajur Sepeda Di Kota Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Halim Bobby, 2016. Kajian Semiotika Pada Iklan Televisi OLX.co.id Bekas Jadi Berkah. *Jurnal SeniDesain dan Budaya*. UIGM. Palembang
- Hillun Vilayl Napis, 2014. *Budaya Bersepeda Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota*. Skripsi. Depok : Universitas Indonesia.
- Fandi. Desember 2020. "pengertian dari safety riding". <http://strezcommunitycenter.blogspot.co.id/2011/06/pengertian-safety-riding.html>. (diakses pada tanggal :10 Februari 2021)
- Munajar Aziz, Oktober 2020. "Palembang oprasionalkan jalur sepeda", <https://sumsel.antaranews.com/berita/504073/palembang-operasionalkan-jalur-sepeda>, (di akses pada 7 Februari 2021)
- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200615010417-20-513263/itdp-jumlah-pengguna-sepeda-di-jakarta-meningkat-saat-psbb>. (diakses pada tanggal :14 Februari 2021)
- <http://dephub.go.id/post/read/pm-59-tahun-2020-untuk-keselamatan-pesepeda> (diakses pada tanggal :20 Maret 2021)
- <http://infosepeda.com/jenis-jenis-sepeda-onthe/> (diakses pada tanggal :10 Februari 2021)
- <http://sumselantaranews.com> pada tanggal 9 Januari 2021 Dinas Perhubungan Kota Palembang membuat lokasi parkir sepeda. (diakses pada tanggal :10 Februari 2021)

Daftar Narasumber

- Casmadi. 47 tahun Jln. Habiasan Ir. Kunir. Ketua umum komunitas sepeda Pancal Pedal Palembang, wawancara tanggal 14 Februari 2021 di *Basecamp* Pancal Pedal Palembang.
- Tri Anggana. 30 tahun. Manager team Marshall Palembang dan ketua b2w Palaembang. Wawancara tanggal 25 Maret 2021 di Dinas Pariwisata Palembang.
- Yusharhardian Erawan. 39 tahun. Staf Bidang Akuntansi BPKD Kota Palembang. Wawancara tanggal 25 Maret 2021 di kantor Badan Pengelolahan Keuangan dan Aset Daerah Kota Palembang.