

**DAMPAK KAMPANYE KESELAMATAN LALU LINTAS DINAS  
PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI KALANGAN  
PELAJAR**

**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Perilaku Berlalu Lintas Siswa SMA**

**Al Islam 1 Surakarta )**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Rofik Fitriani

NIM 12730048

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

2016



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rofik Fitriani  
NIM : 12730048  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 18 November 2016

Yang menyatakan,



Rofik Fitriani  
NIM. 12730048



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Rofik Fitriani  
NIM : 12730048  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**DAMPAK KAMPANYE KESELAMATAN LALU LINTAS DINAS PERHUBUNGAN  
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI KALANGAN PELAJAR**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Perilaku Berlalu Lintas

Siswa SMA Al-Islam 1 Surakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara/i segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampeikan terimakasih.  
*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 18 November 2016

Pembimbing

Rama Kertamukti, M.Sn  
NIP 19721026 201101 1 001





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-388/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2016

Tugas Akhir dengan judul : DAMPAK KAMPANYE KESELAMATAN LALU LINTAS DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI KALANGAN PELAJAR (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perilaku Berlalu Lintas Siswa SMA Al Islam 1 Surakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ROFIK FITRIANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730048  
Telah diujikan pada : Selasa, 29 November 2016  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
NIP. 19730701 201101 1 002

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A  
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 29 November 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si  
NIP. 19680416 199503 1 004



**MOTTO**

**“Kebaikan Untuk Orang Lain adalah Untuk Diri  
Sendiri”**

**(Penulis)**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk :

Almama'at Tereinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Selama penyelesaian skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai pihak. Untuk itu, padakesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Moch Sodik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Rama Kertamukti, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Skripsi serta Dosen Pembimbing Akademik yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktu untuk peneliti. Serta ilmu yang telah dicurahkan pada peneliti sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terimakasih sekali pak, semoga keberkahan selalu mengiringi langkah bapak.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu pada peneliti dari awal masuk bangku perkuliahan hingga saat ini. Semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan menjadi pahala yang mengalir.
5. Staff tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu peneliti dalam hal perijinan.
6. Keluarga Besar Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta, khususnya Bidang Lalu Lintas, Pak Liman, Pak Andre, Pak Nindyo, serta Mbak Rosi terimakasih untuk kesediaannya meluangkan waktu untuk peneliti. Semoga segala program yang sedang dijalankan semakin sukses kedepannya.

7. Keluarga Besar SMA Al Islam 1 Surakarta, terimakasih untuk bantuannya Pak Izzul, Bu Nur Fatkhiyah serta seluruh siswa yang terlibat, Viona, Kharisma, Gilda, Taufiq, Fadel, Mega, Alfrida serta Wikan jangan sering-sering senyum ya dek, bikin diabetes.
8. Keluarga Satlantas Surakarta, khususnya Bapak Sri Widodo. Serta Srikandi Inspirasi Indonesia, mbak Savina Motik Azzahra, semoga semakin sukses karirnya.
9. Orang tua tercinta, Bapak Kardi dan Ma'e (Nanik Sukarni). Terimakasih untuk segala dukungan, cinta kasih yang tercurah untuk peneliti. Untuk segala pengorbanan untuk anak-anakmu. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
10. Makhluk-makhluk tercinta Mb Upik, Mas Ridwan, Mb Pu, Mas Yudi. Terimakasih untuk segala omelan, nyanyian dan logistik yang tak kenal waktu.
11. Teman perjuangan bolak balik Solo Jogja selama penelitian berlangsung yang tak kenal panas, hujan, badai, boyoken. Terimakasih untuk Ni'mah, Kinta, Cindy, Mb Pu, Riska, Vava & Rio. Kalian tangguh !
12. Teman – teman Ikom 2012 khususnya IKOM A serta Adv girls, Diani, Riska, Denda, Umi, Mba Mei, Hap2, Mb Put, Mb Fu, Mut. Hmmmm, kita bisa pokoke!
13. Alumni Perancis, Sesepuh Isnaniah Nur Utami, Wanita Ular Putih Eny Nini Nunu, Amelia Hayuning Pakarti, Peni Sartika, Andika Cindy N. Terimakasih untuk kebersamaannya sejak pertama di Jogja hingga saat ini. Kalian Istimewa kayak Jogjah!
14. Keluarga KKN 86 Unit 209, Bulek Lely, Mama Tirta, Dulur Nisa n Fitri, Simbah Ama, Bulek Marwah n Sri, Bang Rosyid, Lek Arip. Semoga selalu Siyap !
15. Suci Ita Pratiwi, terimakasih untuk penjelasan yang diberikan untuk lebih baiknya skripsi ini. Semoga makin sukses karirnya di Dishub.
16. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.



Semoga amal mereka mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran akan peneliti perhatikan guna perbaikan kedepan.

Yogyakarta, 17 November 2016

Penyusun,

Rofik Fitriani

12730048



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Landasan Teori .....	11
F. Kerangka Pemikiran .....	26
G. Metode Penelitian .....	27
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM</b>	
A. Profil Dishubkominfo Kota Surakarta .....	37
B. Profil SMA Al Islam 1 Surakarta .....	43
<b>BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Perencanaan Komunikasi Dishubkominfo .....	50
B. Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan.....	52



C. Dampak Kampanye pada perilaku berlalu lintas pelajar ...	80
<b>BAB IV : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	103
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Matrik Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu .....	10
---	----



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1	: Kerangka Pemikiran.....	26
Bagan 2	: Struktur Organisasi Dishubkominfo .....	41
Bagan 3	: Struktur Organisasi SMA Al Islam1 Surakarta .....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Daftar Perincian Kota Penerima DAK .....	5
Gambar 2 : Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi .....	12
Gambar 3 : Praktek dalam Kampanye .....	54
Gambar 4 : Target Khalayak dalam Kegiatan Kampanye .....	57
Gambar 5 : Pelaksanaan Diklat Guru BK SMP&SMA .....	70
Gambar 6 : Kegiatan Sosialisasi di SMA Al Islam 1 Surakarta.....	72
Gambar 7 : Kampanye Lalu Lintas di SMA Al Islam 1 tahun 2015 ....	75
Gambar 8 : Kondisi Parkir Sekolah Penuh Motor Siswa.....	82
Gambar 9 : Perilaku Berlalu Lintas Pelajar Saat Berangkat Sekolah ...	89
Gambar 10 : Lokasi Parkir Tertata Rapi .....	91
Gambar 11 : Skotlet Pada Velg Ban Motor Siswa .....	99

## **ABSTRACT**

*Campaign is a persuasive communication activity which is aimed at shaping certain community's perspective as intended by the initiator. The intended effect may take various forms such as knowledge, attitudes, and behavior. The research aims at describing the campaign of traffic safety conducted by the Departement of Transportation, Communication and Information of Surakarta city, and the its effect towards student's traffic behavior. The subject of the research is the student of senior high school Al Islam 1 of Surakarta.*

*The research applied qualitative approach. The data collecting was conducted by in-depth interview, observation and documentation. The researcher gained the validity of the data by conducting source triangulation. The initial stage of research was analyzing the phenomenon stimulating the campaign and the conduct of the campaign through interviewing the key actors of the campaign. Then, the researcher observed the traffic behavior of senior high school Al Islam 1's students after the conduct of the campaign.*

*The finding of the research are analyzed using seven stages of mark "?" models communication planning and four levels of behavior proposed by Notoatmodjo. The even stages of communication planning includes : identification of audiences, determining the purpose, messages, action/commitment, media, communication plans and evaluation. While the four levels of behavior includes : perception, guided response, mecanism and adaptation. The research has concluded that the campaign of traffic safety conducted by the department of transportation, communication and information of Surakarta city has give effect to several aspects of student's traffic behavior*

*Keywords : campaign, effect of campaign, traffic behavior*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kampanye merupakan salah satu bentuk kegiatan persuasif yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Rogers dan Storey dalam Heryanto & Zarkasy (2012 : 83) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Kampanye yang dilakukan untuk tujuan khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial disebut dengan *ideologically or cause oriented campaigns*. Kampanye jenis ini dalam istilah Kotler (Venus, 2012 : 11) disebut juga sebagai *social change campaigns* (kampanye perubahan sosial), yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait.

Contoh dari kampanye perubahan sosial adalah kampanye Keluarga Berencana (KB) yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan mengubah pola pikir masyarakat dari keluarga besar yang tidak mendapatkan penghidupan layak menjadi keluarga kecil tetapi sejahtera. Contoh lain terdapat pada kampanye penggunaan helm dan sabuk pengaman bagi pengendara sepeda motor dan mobil yang dilakukan oleh jajaran kepolisian, yang dilatarbelakangi oleh bahaya dan banyaknya kecelakaan yang telah terjadi. (Muyasaroh, 2013: 18)

Terkait dengan pengertian tersebut diatas, sehingga dapat dikatakan bahwa kampanye perubahan sosial adalah bentuk ajakan yang secara sengaja dilakukan untuk dapat mengubah perilaku masyarakat kearah yang lebih baik. Hal tersebut sesuai dengan anjuran yang terdapat dalam Q.S Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung". (Q.S Ali Imran :104)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menganjurkan umatnya untuk mengajak lainnya dalam kebaikan. Dalam konteks penelitian ini, bentuk ajakan pada kebaikan berupa kampanye perubahan sosial.

Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta adalah salah satu instansi pemerintahan yang turut menggunakan teknik kampanye dalam menata sistem lalu lintas kota. Salah satu bentuk kampanye yang telah dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta adalah kampanye lalu lintas bagi pelajar di Kota Surakarta yang diadakan tiap tahunnya sebanyak tiga puluh kali. Kampanye

tersebut bertujuan untuk menanamkan budaya tertib lalu lintas kepada masyarakat kota Surakarta.

Bentuk keberhasilan Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika dalam menata sistem lalu lintas kota adalah penghargaan Wahana Tata Nugraha (WTN) untuk ke sembilan kalinya yang diterima Kota Surakarta pada tahun 2015. WTN merupakan penghargaan berskala nasional di bidang lalu lintas. (Sumber : solopos.com)

Penerimaan penghargaan tersebut diperkuat dengan surat terbuka yang dikeluarkan oleh Menteri Perhubungan No : KP 402 Tahun 2015 tentang penetapan kota / kabupaten dan provinsi sebagai penerima penghargaan Wahana Tata Nugraha tahun 2015 yang didalamnya menjelaskan Kota Surakarta sebagai salah satu penerima piala Wahana Tata Nugraha (WTN) kategori kota besar bersama empat kota besar lainnya yaitu Pekanbaru, Padang, Denpasar serta Balikpapan. Surat tersebut menjelaskan pula bahwa pemberian penghargaan Wahana Tata Nugraha ini merupakan upaya untuk membangun dan mewujudkan budaya keamanan dan keselamatan berlalu lintas dan angkutan jalan serta meningkatkan kinerja penyelenggaraan transportasi perkotaan sesuai yang tertuang dalam pasal 208 Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Fakta lain disamping berbagai penghargaan yang diterima kota Surakarta dibidang transportasi dan lalu lintas terdapat pula masalah kompleks yang menjadi sorotan berbagai kalangan. Permasalahan tersebut terdapat pada tingginya tingkat pelanggaran berlalu lintas di kota Surakarta.

Salah satu media massa menyebutkan bahwa Kota Surakarta merupakan kota tertinggi ke-2 dalam hal pelanggaran lalu lintas di Jawa Tengah. Hal tersebut dipaparkan oleh Kombes Pol Istu Hari Winarto pada *radarsemarang.com* berdasarkan catatan direktur lalu lintas polda jateng hingga bulan februari 2015.

MUGASSARI – Kota Semarang menduduki peringkat tertinggi terkait pelanggaran lalu lintas (lalin) di Jateng. Hal tersebut berdasar catatan Direktur Lalu Lintas Polda Jateng Kombes Pol Istu Hari Winarto, hingga bulan Februari 2015 ini.

“Semarang masih tertinggi dalam hal pelanggaran lalu lintas di Jateng. Urutan nomor dua Kota Solo. Pelanggaran paling banyak terjadi di jalan protokol kelas satu,” kata Istu saat ditemui wartawan di Mapolda Jateng, Jumat (6/2).”

Salah satu akibat dari pelanggaran lalu lintas adalah terjadinya kecelakaan. Menurut Yoesca Herman Soedrajat selaku kepala Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta dalam pembukaan lomba sepeda pelajar tahun 2015 menyebutkan bahwa kecelakaan yang terjadi didominasi oleh kalangan usia produktif atau pelajar. Hal ini pula yang menjadi salah satu latar penyebab Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta untuk melakukan kampanye lalu lintas di kalangan pelajar.

Hal terpenting yang harus menjadi perhatian setelah pelaksanaan kampanye adalah evaluasi. Meski evaluasi adalah sesuatu yang penting dan bermanfaat, namun menurut Pfau dan Parrot dalam Venus (2012 : 211), sebagian besar penyelenggara kampanye ternyata tidak melakukannya. Alasannya bermacam-macam, mulai dari penghematan biaya hingga

ketakutan akan hasil evaluasi yang negatif yang dianggap dapat merusak reputasi pelaksana kampanye.

Padahal, ungkap salah satu pakar kampanye Jerman, Ostergaard dalam Venus (2012 : 209) “*a campaign without evaluation is a waste of time and money*”. Kampanye adalah kegiatan yang melibatkan investasi besar, bukan hanya uang tapi juga sumber daya lainnya seperti waktu, tenaga, pikiran dan teknologi. Penyelenggara kampanye tidak ingin investasi yang ditanamkan sia-sia tanpa kejelasan tentang hasil yang dicapai. Untuk itu, tanpa keraguan apapun, evaluasi terhadap program kampanye mutlak perlu dilakukan. Terlebih lagi Surakarta merupakan kota penerima DAK (Dana Anggaran Khusus) bidang keselamatan transportasi darat terbesar se-Jawa Tengah.

**Gambar 1**

**Kota Penerima DAK bidang Keselamatan Transportasi Darat Jateng**

NO.	PENERIMA	TAHUN		
		2012	2013	2014
18	Kab. Purworejo	301,890	424,150	455,480
19	Kab. Rembang	323,290	435,550	478,040
20	Kab. Semarang	356,700	468,480	509,360
21	Kab. Sragen	364,370	477,880	484,640
22	Kab. Sukoharjo	464,910	548,540	570,670
23	Kab. Tegal	440,930	504,240	496,140
24	Kab. Temanggung	339,930	446,390	499,680
25	Kab. Wonogiri	291,100	397,650	429,020
26	Kab. Wonosobo	335,020	462,820	463,130
27	Kota Magelang	695,900	857,440	737,470
28	Kota Pekalongan	574,300	655,760	607,740
29	Kota Salatiga	683,360	467,080	757,770
30	Kota Semarang	415,300	524,930	525,450
31	Kota Surakarta	808,380	848,250	794,390
32	Kota Tegal	653,460	840,750	631,150
33	Kab. Brebes	314,260	438,190	470,270

Sumber : [hubdat.dephub.go.id](http://hubdat.dephub.go.id) diakses 29 Oktober 2016



Penulisan angka dalam data tersebut menurut keterangan dalam berkas yang dipublikasikan oleh Kementerian Perhubungan Darat dinyatakan dalam pecahan juta rupiah. Berdasarkan pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa Kota Surakarta adalah penerima Dana Anggaran Khusus (DAK) keselamatan transportasi darat tertinggi dibanding kota lain di Jawa Tengah termasuk jika dibandingkan dengan ibu kota Provinsi Jawa Tengah sendiri yaitu Semarang. Hal tersebut bukan hanya terjadi pada tahun 2014 saja, namun pada tahun-tahun sebelumnya yaitu tahun 2012 dan tahun 2013.

Begitu pentingnya evaluasi kampanye untuk dapat melihat kejelasan hasil kampanye membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Kampanye Keselamatan Jalan pada Perilaku Lalu Lintas Pelajar” untuk melihat hasil dari kampanye keselamatan lalu lintas di jalan yang telah dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta. Sehingga diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan pertimbangan untuk kampanye yang akan dilaksanakan selanjutnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, akan peneliti ambil sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimana dampak Kampanye Keselamatan Lalu Lintas Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta di kalangan pelajar?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Mengetahui dampak kampanye Keselamatan Lalu Lintas Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta di kalangan pelajar di Kota Surakarta.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang kampanye / perencanaan komunikasi.

#### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pihak Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Surakarta, sebagai bahan evaluasi dalam program kampanye lalu lintas.
- 2) Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun rujukan penelitian sejenis atau penelitian lanjutan.

## **D. Telaah Pustaka**

Sebagai pembanding penelitian ini, peneliti mengambil referensi beberapa penelitian sebelumnya, yaitu :

Pertama, skripsi dari Kamalia Rizqi Awalina. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada pada tahun 2015 dengan judul

Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Jilbab Syari (Studi Kasus Tentang Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Yuk Berjilbab Syari Peduli Jilbab Dalam Mengampanyekan Pemakaian Jilbab Syari). Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana cara peduli hijab dalam memajemen komunikasi kampanye yuk berjilbab syar'i dalam mencapai tujuannya. Sedangkan anggota dari peduli hijab tersebar di 31 wilayah di seluruh Indonesia dengan jumlah anggota sebanyak 388 anggota. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada jenis pendekatan penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan cara pengumpulan data yang dipilih yaitu studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan terdapat pada fokus penelitian. Kamalia berfokus pada manajemen komunikasi kampanye, sedangkan peneliti berfokus pada dampak kampanye.

Kedua, skripsi dari Fannya Dwi Candra Buwana. Mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul "Perilaku Berlalu Lintas Masyarakat Jawa di Kota Surakarta" pada tahun 2013. Skripsi tersebut meneliti bagaimana dinamika perilaku masyarakat dalam berlalu lintas. Meliputi bentuk pelanggaran, faktor yang mempengaruhi perilaku berlalu lintas masyarakat Jawa, nilai-nilai budaya dilihat dari perilaku berlalu lintas masyarakat Jawa, perilaku setelah melanggar lalu lintas oleh masyarakat Jawa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mengenai latar belakang perilaku berlalu lintas masyarakat Jawa di Surakarta cenderung sesuatu yang penting yang seharusnya dilakukan sebelum berkendara maupun sedang berkendara di jalan raya terkadang tidak dihiraukan. Persamaan dengan

penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu perilaku berlalu lintas. Sedangkan perbedaan penelitian terdapat pada subjek penelitian, dimana Fannya menggunakan masyarakat umum sebagai subjek sedangkan peneliti menggunakan subjek utama adalah pelajar.

Ketiga, skripsi dari Sahid Yuli Wibowo. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul ” Efek Tayangan Kekerasan Dalam Film Animasi Pada Anak-anak (focus Group Discussion Film Animasi Masha And The Bear Pada Siswa Sekolah Dasar Negeri Panggang)” pada tahun 2016. Skripsi tersebut meneliti bagaimana efek yang timbul akibat penayangan film animasi pada siswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses efek yang timbul dapat dilihat dari dua sisi yaitu sisi positif dan negatif. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu dampak / efek yang timbul akibat *audience* diterpa media. Sedangkan perbedaan penelitian terdapat pada subjek penelitian, serta cara pengumpulan data. Sahid menggunakan metode Focus Group Discussion sedangkan peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

**Tabel 1**

**Matrik Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Kamalia Rizqi Awalina (Ilmu Komunikasi UGM ,2015)	Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Jilbab Syari (Studi Kasus Tentang Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Yuk Berjilbab Syari Peduli Jilbab Dalam Mengampanyekan Pemakaian Jilbab Syari)	Metode penelitian yang digunakan, yaitu kualitatif	Kamalia berfokus pada manajemen komunikasi kampanye. Sedangkan peneliti berfokus pada dampak dari kampanye	Kampanye yuk berjilbab syari dilakukan melalui tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.
Fannya Dwi Candra Buwana (Psikologi UMS, 2013)	Perilaku Berlalu Lintas Masyarakat Jawa di Kota Surakarta	Objek penelitiannya adalah perilaku berlalu lintas	Subjek penelitian Fannya berupa masyarakat umum sedangkan peneliti fokus pada pelajar	Bahwa mengenai latar belakang perilaku berlalu lintas masyarakat Jawa di Surakarta cenderung sesuatu yang penting yang seharusnya dilakukan sebelum berkendara maupun sedang berkendara di jalan raya terkadang tidak dihiraukan
Sahid Yuli W (Ilmu Komunikasi, 2016)	Efek Tayangan Kekerasan Dalam Film Animasi Pada Anak-anak (focus Group Discussion Film Animasi Masha And The Bear Pada Siswa Sekolah Dasar Negeri Panggang)	Fokus penelitian berupa dampak / efek pada perilaku	Subjek penelitian dan metode pengumpulan data. Sahid menggunakan FGD sedangkan peneliti menggunakan metode observasi wawancara dan dikumentasi	Bahwa manajemen efek tayangan film animasi dapat dilihat dari dua sisi. Karena efek yang ditimbulkan berupa efek positif dan negatif.

*Sumber : Olahan Peneliti*



## **E. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi**

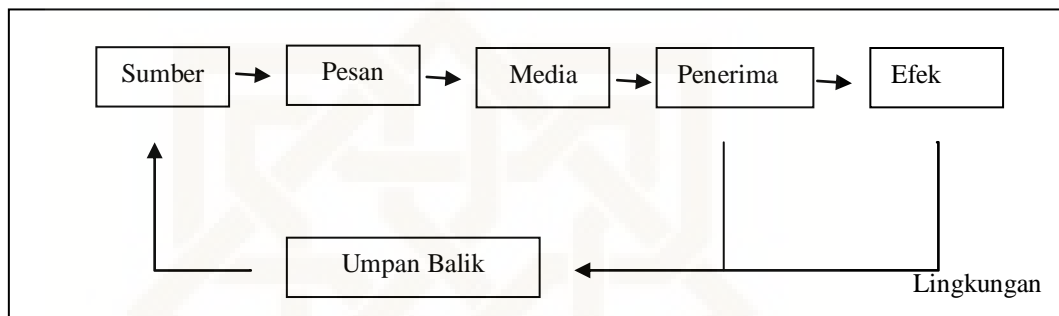
Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna* (Effendy, 1992 : 9). Berdasarkan pengertian ini dapat diketahui bahwa komunikasi akan terjadi jika terjadi kesamaan makna didalam sebuah percakapan. Selain itu, komunikasi dapat dikatakan komunikatif jika antara komunikator dan komunikan terjadi kesamaan paham bahasa yang digunakan serta makna.

Pengertian komunikasi diatas hanya bersifat dasar karena komunikasi diartikan hanya sebagai proses untuk kesamaan makna. Sebab, kegiatan komunikasi tidak hanya bersifat informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, namun juga bersifat persuasif, yakni agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dsb. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai komunikasi, Hovland dalam Effendy (1992:10) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Komunikasi dapat terjadi jika terdapat unsur-unsur yang membangunnya yaitu : sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan

balik, dan lingkungan. Ketujuh unsur tersebut dalam Cangara (2011:15) digambarkan dalam diagram sebagai berikut :

**Gambar 2**  
**Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi**



*Sumber : Cangara ( 2011 : 15)*

Ketika unsur-unsur dalam proses komunikasi saling mengikat dan berurutan artinya komunikasi dikatakan sebagai sistem. Sebab sistem merupakan aktivitas dimana semua komponen atau unsur yang mendukung saling berinteraksi satu sama lain. Hal ini berarti pesan ada karena sumber, media ada karena adanya pesan, penerima ada karena pengirim dan adanya efek serta umpan balik karena adanya penerima dan seterusnya. Lebih lanjut, Cangara (2014 : 39) memaparkan bahwa hubungan yang terjadi diantara semua komponen atau unsur tersebut menunjukkan suatu keteraturan, dan tidak boleh saling mendahului satu sama lain.

Jika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem, maka gangguan komunikasi bisa terjadi pada semua elemen atau unsur-unsur yang membangunnya, termasuk faktor lingkungan di mana komunikasi itu terjadi. Menurut Shannon dan Weaver dalam Cangara (2014 : 40)

gangguan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi terhadap salah satu komponen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif.

Sebuah proses komunikasi dapat dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber seperti pengetahuan, sikap dan perilaku atau ketiganya. Perubahan-perubahan di pihak penerima ini diketahui dari tanggapan-tanggapan yang diberikan penerima sebagai umpan balik. (Wiryanto, 2000: 39)

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi mutlak dilakukan hal tersebut dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan atau gangguan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerja sama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi.

## **2. Perencanaan Komunikasi**

John Middleton dalam Cangara (2014 : 47) mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai suatu proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap

aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.

Lebih lanjut, Cangara dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi memaparkan beberapa pokok pikiran dari beberapa definisi perencanaan komunikasi sebagai berikut :

- a. Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja
- b. Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
- c. Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
- d. Ia merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya
- e. Memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu
- f. Untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program)
- g. Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran dan efek (perubahan) sebagai komponen audit
- h. Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi.

### 3. Kampanye

Kampanye merupakan salah satu bentuk kegiatan perencanaan komunikasi. Rogers dan Storey dalam Heryanto & Zarkasy (2012:83) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”. Sedangkan menurut Michael dan Roxanne Parrot dalam Qadaruddin (2016:6) mendefinisikan kampanye sebagai proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan, serta dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan memengaruhi khalayak sasaran yang ditetapkan.

Kampanye adalah salah satu bentuk kegiatan komunikasi secara terlembaga. Kampanye biasanya diselenggarakan oleh suatu lembaga atau organisasi, bukan individu. Lembaga pelaku kampanye dapat berasal dari instansi pemerintahan, kalangan swasta maupun lembaga swadaya masyarakat (LSM).

Kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh penyelenggara. Tujuan dari kampanye tersebut berbeda antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.

Berdasar pada tujuannya, Charles U. Larson dalam Venus (2012 : 11) kemudian membagi jenis kampanye kedalam tiga kategori yakni : *product oriented campaigns*, *candidate-oriented campaigns* dan *ideologically or cause oriented campaigns*.



- a. *Product oriented campaigns* merupakan jenis kampanye yang berorientasi pada produk dan umumnya terjadi dilingkungan bisnis. Istilah lain yang sering dipertukarkan dengan kampanye jenis ini adalah *commercial campaigns* atau *corporate campaign*. Motivasi yang mendasarinya adalah memperoleh keuntungan finansial. Cara yang ditempuh adalah dengan memperkenalkan produk dan melipatgandakan penjualan sehingga diperoleh keuntungan yang diharapkan. Kampanye rokok Mustang, kampanye PGN *Go Public*, atau kampanye Telkom Flexi adalah beberapa contoh yang ada dilingkungan kita. Kampanye *Public Relations* yang ditujukan untuk membangun citra positif perusahaan dimata publik juga dapat dimasukkan kedalam kelompok ini.
- b. *Candidate-oriented campaigns* merupakan kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik. Karena itu jenis kampanye ini dapat pula disebut sebagai *political campaigns* (kampanye politik). Tujuannya antara lain adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang diajukan partai politik agar dapat menduduki jabatan-jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan umum. Kampanye Pemilu, kampanye penggalangan dana bagi partai politik, kampanye

pembentukan propinsi Kepulauan Riau atau kampanye kuota perempuan di DPR merupakan contoh kampanye jenis ini.

- c. *Ideologically or cause oriented campaigns* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Karena itu kampanye jenis ini dalam istilah Kotler disebut sebagai *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

Pada dasarnya berbagai jenis kampanye yang tidak termasuk dalam kategori kampanye politik atau kampanye produk dapat dimasukkan ke dalam kampanye perubahan sosial. Dengan demikian cakupan jenis kampanye ini sangat luas mulai dari kampanye bidang kesehatan (misalnya AIDS, Menyusui dengan ASI, Keluarga Berencana dan donor darah), kampanye lingkungan (misalnya air bersih), kampanye pendidikan (misalnya meningkatkan minat baca), kampanye lalu lintas (misalnya pemakaian helm dan sabuk pengaman), kampanye ekonomi (misalnya bagaimana menarik minat investor asing), atau kampanye kemanusiaan (misalnya pengumpulan dana untuk korban bencana alam). Dengan demikian, jenis dari kampanye yang diteliti dalam penelitian ini adalah kampanye perubahan sosial.

#### 4. Model Perencanaan Komunikasi Alur Tanda “?”

Untuk menganalisis kegiatan perencanaan komunikasi dalam penelitian ini yang berupa kampanye, peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi alur tanda “?”. Model tersebut peneliti pilih karena tahap terakhir dari model tersebut dilengkapi dengan evaluasi. Evaluasi merupakan tahapan yang digunakan untuk mengukur keberhasilan yang dicapai termasuk didalamnya perubahan perilaku yang terjadi pada khalayak yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Cangara (2014 : 101) menjelaskan bahwa model perencanaan komunikasi alur tanda “?” terdiri dari tujuh tahapan. Penjabaran dari ketujuh tahapan tersebut yang juga akan dijadikan sebagai unit analisis adalah sebagai berikut :

a. Identifikasi target khalayak (*audience*)

Langkah ini biasa disebut dengan pemetaan pemangku kepentingan (*stakeholders mapping*). Tahap ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah target sasaran bentuknya perorangan atau kelompok. Sebab penanganan antara keduanya sangat berbeda. Hal lain yang perlu diketahui pula dalam pemetaan khalayak adalah sisi posisi atau kedudukan dari khalayak. Apakah ia adalah seorang manajer, supervisor, anggota tim, pelanggan atau supplier. Posisi tersebut perlu diketahui guna menentukan strategi yang akan digunakan. Selain itu, lokasi juga merupakan hal yang tidak dapat

diabaikan dalam tahapan ini. Maksudnya, jika lokasi yang menjadi target sasaran lebih dari satu perlu adanya pengaturan waktu sehingga bisa dilakukan secara berkesinambungan (simultan) atas pertimbangan efisiensi.

Cangara dalam bukunya Komunikasi Politik (2011 : 254) lebih lanjut menjelaskan bahwa untuk mengetahui sifat, karakteristik dan keinginan masyarakat yang menjadi target sasaran kampanye, dapat dilihat dari tiga aspek. Ketiga aspek tersebut adalah aspek sosiodemografik, aspek profil psikologis, aspek karakteristik perilaku masyarakat.

b. Penetapan tujuan

Tujuan yang ingin dicapai harus dirumuskan secara jelas (*clear vision*), sehingga perubahan yang dikehendaki dapat terbaca (*change readiness*). Perubahan tersebut dapat dicapai dengan komitmen yang tinggi (*level commitment*). Melalui perumusan tahapan ini pula dapat diketahui model perencanaan (*operating model*) yang sesuai untuk digunakan.

Tujuan dapat diartikan pula sebagai suatu keadaan atau perubahan yang diinginkan sesudah pelaksanaan rencana. Kriteria penetapan tujuan yakni apa yang menjadi target, dan perubahan bagaimana yang diinginkan.

c. Pesan

Berdasar pada kedua tahapan diatas maka dapat diketahui pengetahuan, kebutuhan serta pengalaman khalayak sehingga perencana mulai dapat menyusun pesan yang sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran tersebut. Pada dasarnya setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu dengan yang lainnya. Sehingga diperlukan kunci-kuncipesan yang cocok dengan kerangka berpikir dan kerangka pengalaman khalayak.

Penyusunan pesan harus disesuaikan dengan tujuan program, untuk itu diperlukan penyusunan kata yang menyentuh, membumi dan mudah dipahami. Penyusunan kata akan lebih maksimal jika melibatkan pakar dan diuji cobakan dulu dengan beberapa orang yang menjadi sampel target sasaran.

d. Komitmen/Tindakan

Tahapan ini merumuskan tentang tindakan apa yang diperlukan untuk mencapai setiap khalayak. Apa yang diinginkan pada khalayak, apakah perubahan itu hanya sebatas dalam bentuk pengetahuan (wawasan), sikap atau sampai pada perubahan perilaku (*commitment curve*). Seberapa banyak dukungan yang diperlukan agar hal tersebut tercapai. Dukungan tersebut selain terbentuk dari partisipasi khalayak juga dapat berupa supporting unit dan juga dukungan logistik, transportasi serta jaminan keamanan lokasi.

e. Saluran/Media

Memilih media yang tepat dapat dilakukan berdasar informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak sasaran rata-rata memiliki media (*media use*) seperti televisi, radio atau surat kabar. Apakah didalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok pengajian, tani dan karang taruna misalnya. Sehingga saluran komunikasi dapat digunakan dengan tatap muka. Intinya pemilihan media haruslah didasarkan pada media yang lebih dekat dengan khalayak.

f. Rencana Komunikasi

Setelah berbagai tahapan tersebut, hal yang perlu dilakukan adalah membuat rencana komunikasi untuk ditindak lanjuti. Misalnya adalah memproduksi media atau memasang kontrak kerja dengan pengusaha periklanan, membuat jadwal kegiatan (*time schedule*), memasang baliho, bertatap muka dengan khalayak, penyebarluasan informasi melalui media (*on-air*), pemasangan stiker, pembagian leaflet atau brosur, sampai pada upaya memperoleh tanggapan balik (*response*) dari khalayak.

g. Evaluasi

Merupakan tahapan yang diperlukan untuk mengetahui keberhasilan yang diperoleh. Apakah khalayak telah menerima informasi atau tidak apakah mereka mengerti isi pesan yang

disampaikan apakah terjadi perubahan sikap, perilaku sesuai dengan tujuan program ataukah terdapat hal-hal baru yang tidak pernah diantisipasi sebelumnya.

## 5. Perilaku

Sunaryo (2004:3) mendefinisikan perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan Robert Kwick sebagaimana dikutip oleh Notoatmodjo memaparkan perilaku adalah tindakan atau perilaku organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. Ensiklopedia Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi-reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu (Notoatmodjo, 1993:60-61).

Sehingga dapat diartikan jika Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan adalah rangsangan yang dapat menghasilkan reaksi tertentu. Dalam hal ini reaksi tersebut berupa perilaku berlalu lintas pelajar.

Lebih lanjut, Notoatmodjo (1993:100) membagi tingkat-tingkat perilaku atau praktek kedalam empat bagian sebagai berikut :

- a. Persepsi (*perception*), merupakan tahapan mengenal dan memilih berbagai obyek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil. Tingkat ini adalah praktek tingkat pertama.

- b. Respon terpimpin (*guided response*), tahapan ini ditandai dengan kemampuan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan urutan yang benar sesuai dengan contoh.
- c. Mekanisme (*mecanism*), tahapan ini terjadi apabila seseorang telah dapat melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis, atau sesuatu itu sudah merupakan kebiasaan, maka ia sudah mencapai praktek tiga ini.
- d. Adaptasi (*adaptation*) adalah suatu praktek atau tindakan yang sudah berkembang dengan baik. Artinya tindakan itu sudah dimodifikasinya tanpa mengurangi kebenaran tindakan tersebut.

Selanjutnya Jalaludin Rakhmat ( 2011:32 ) memaparkan faktor personal dan situasional yang mempengaruhi perilaku manusia. Faktor personal merupakan faktor-faktor yang timbul dari dalam diri individu. Sedangkan faktor-faktor situasional adalah faktor-faktor berpengaruh yang datang dari luar diri individu (faktor *environmental*).

a. Faktor-Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Jalaluddin Rakhmat memaparkan terdapat lima faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia. Kelima faktor tersebut terdiri dari sikap, emosi, kepercayaan, kemauan dan kebiasaan.

b. Faktor-Faktor Situasional Yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Sedangkan Edward G. Smpson dalam Rakhmat (2011 :43) merangkumkan seluruh faktor situasional terdiri dari tiga faktor.



Ketiga faktor tersebut diantaranya adalah aspek Objektif dari lingkungan, lingkungan Psikososial seperti dipersepsi oleh kita serta stimulus yang mendorong dan memperteguh perilaku.

Skinner , seorang ahli perilaku, dalam Notoatmodjo (1993 : 55) mengemukakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang (stimulus) dan respon. Ia membedakan adanya dua respon, yakni :

- a. *Respondent respon atau reflexive*, ialah respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan tertentu. Perangsangan-perangsangan semacam ini disebut *eliciting stimuli* karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap, misalnya makanan lezat menimbulkan keluarnya air liur, cahaya yang kuat akan menyebabkan mata tertutup, dan sebagainya. Pada umumnya perangsangan-perangsangan yang demikian ini mendahului respon yang ditimbulkan.

*Respondent respon (respondent behavior)* ini mencakup juga emosi respon atau *emotional behavior*. *Emotional response* ini timbul karena hal yang kurang menyenangkan organisme yang bersangkutan, misalnya menangis karena sedih atau sakit, muka merah (tekanan darah meningkat karena marah). Sebaliknya hal-hal menyenangkan pun dapat menimbulkan perilaku emosional seperti tertawa, berjingkat-jingkat karena senang, dan sebagainya.

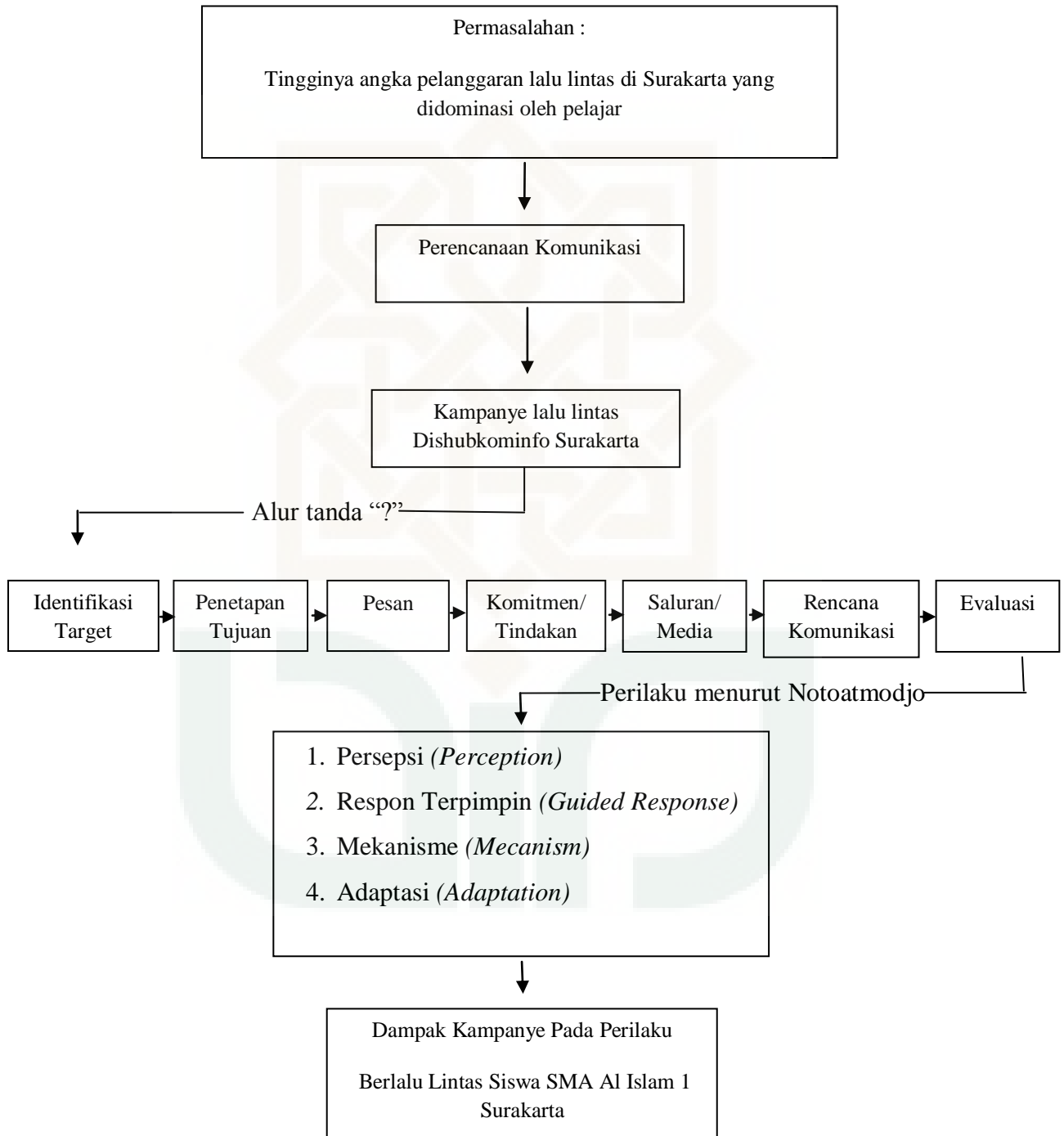
- b. *Operant response* atau *instrumental response*, adalah respon yang timbul dan berkembangnya diikuti oleh perangsang tertentu.

Perangsang semacam ini disebut *reinforcing stimuli* atau *reinforcer* karena perangsangan-perangsangan tersebut memperkuat respon yang telah dilakukan. Oleh sebab itu perangsangan yang demikian itu mengikuti atau memperkuat suatu perilaku tertentu yang telah dilakukan. Apabila seorang anak belajar atau telah melakukan suatu perbuatan kemudian memperoleh hadiah, maka ia akan menjadi lebih giat belajar atau akan lebih banyak lagi melakukan perbuatan tersebut. Dengan kata lain responnya akan lebih intensif atau lebih kuat lagi.

## F. Kerangka Berfikir

### Bagan 1

#### Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyak (kuantitas) data. (Kriyantono, 2009: 56-57)

Penelitian ini berdasarkan tataran atau cara menganalisis data jenis deskriptif. Jenis riset deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. (Kriyantono, 2009:67)

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini adalah Tim Pelaksana Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan Dishubkominfo Kota Surakarta serta pelajar yang menjadi sasaran kampanye tersebut, yaitu pelajar SMA Al Islam 1 Surakarta.

Untuk pemilihan subjek penelitian akan didasarkan pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan

penelitian. Oleh karena itu, sifat metode sampling dari penelitian ini pada hakikatnya adalah *purposive sampling* (Sampel bertujuan).

Kriteria yang peneliti tetapkan untuk memilih pelajar sebagai informan diantaranya sebagai berikut :

- 1.) Pelajar yang mengikuti Kampanye Keselamatan Lalu Lintas Dishubkominfo di SMA Al Islam 1 Surakarta untuk tahun ajaran 2016/2017
- 2.) Pelajar yang mengendarai sepeda motor
- 3.) Pelajar yang tergabung dalam kegiatan Patroli Keamanan Sekolah (PKS)

Berdasarkan kriteria diatas, berikut adalah profil pelajar yang terpilih menjadi informan :

- 1.) Karisma Muhsanatia L, biasa dipanggil dengan nama Karisma. Karisma merupakan salah satu siswi yang aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler PKS ( Patroli Keamanan Sekolah). Remaja yang berasal dari Ngawi, Jawa Timur ini di SMA Al Islam duduk di kelas X MIPA 5. Karisma merupakan salah satu peserta kampanye keselamatan lalu lintas Dishubkominfo Kota Surakarta.
- 2.) Viona Rasyd, biasa dipanggil Viona. Merupakan siswi SMA Al Islam Surakarta yang berasal dari Sragen. Selain aktif dalam kegiatan PKS (Patroli Keamanan Sekolah) Viona juga aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler PMR (Palang Merah Remaja)

serta ekstrakurikuler jurnalistik. Duduk di kelas X IPS 4, Viona merupakan salah satu peserta kampanye keselamatan lalu lintas Dishubkominfo Kota Surakarta.

- 3.) Taufiq Iqbal S, biasa dipanggil Taufiq. Merupakan siswa yang aktif dalam kegiatan PKS (Patroli Keamanan Sekolah). Siswa yang berasal dari Sukoharjo ini biasa menggunakan sepeda motor untuk berangkat ke sekolah. Taufiq adalah salah satu siswa yang menjadi peserta dalam kegiatan kampanye keselamatan lalu lintas di jalan yang dilaksanakan oleh Dishubkominfo Kota Surakarta. Saat ini Taufiq duduk di kelas X MIPA 1.
- 4.) Gilda Kashifurahman, biasa dipanggil Gilda. Merupakan salah satu anggota PKS (Patroli Keamanan Sekolah) SMA Al Islam 1 Surakarta. Saat ini Gilda duduk di kelas X IPS 3. Gilda merupakan salah satu peserta dalam kegiatan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan yang diadakan oleh Dishubkominfo Kota Surakarta.
- 5.) Wikan Ardhie, biasa dipanggil Wikan. Merupakan siswa Al Islam yang berasal dari Sukoharjo. Wikan merupakan salah satu anggota aktif ekstrakurikuler PKS (Patroli Keamanan Sekolah). Sepeda motor merupakan kendaraan yang selalu ia gunakan untuk berangkat sekolah. Wikan mengaku telah menggunakan sepeda motor ke sekolah sejak masih SMP. Wikan adalah salah

satu peserta dalam kegiatan kampanye keselamatan lalu lintas di jalan oleh Dishubkominfo kota Sukarta. Saat ini Wikan duduk di kelas X MIPA 1.

- 6.) Mega Fitria Handayani, biasa dipanggil Mega. Merupakan siswa Al Islam yang berasal kota Sukoharjo ini selalu menggunakan sepeda motor sebagai kendaraan yang Mega pilih untuk berangkat ke sekolah. Saat ini Mega duduk di kelas X MIPA 4. Mega merupakan salah satu peserta dalam kegiatan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan oleh Dishubkominfo Kota Surakarta.
- 7.) Fadel Muhammad Nursy, biasa dipanggil Fadel. Merupakan siswa SMA Al Islam yang berasal dari Karanganyar. Salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang Fadel ikuti adalah PMR (Palang Merah Remaja). Setiap harinya Fadel menggunakan sepeda motor untuk berangkat ke sekolah. Fadel merupakan salah satu peserta dalam kegiatan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan oleh Dishubkominfo Kota Surakarta. Hal tersebut merupakan kegiatan kedua yang diikutinya setelah kegiatan serupa yang ia ikuti waktu Fadel masih duduk di bangku SD. Saat ini Fadel duduk di kelas X MIPA 4.
- 8.) Alfrida Wira K.A, biasa dipanggil Alfrida. Merupakan siswi SMA Al Islam yang berasal dari Sragen. Alfrida setiap hari menggunakan sepeda motor untuk berangkat ke sekolah. Alfrida

merupakan salah satu peserta dalam kegiatan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan yang oleh Dishubkominfo Kota Surakarta. Saat ini Alfrida duduk di kelas X MIPA 3.

Selanjutnya, berikut merupakan profil informan terkait kampanye keselamatan lalu lintas di Jalan Dishubkominfo Kota Surakarta :

1.) Andre Wahyudi, SE. MSi

Andre merupakan penyidik LLAJ kota Surakarta. Andre tergabung dalam bidang lalu lintas Dishubkominfo Kota Surakarta sebagai staff BKKL (Bimbingan Keselamatan dan Ketertiban Lalu Lintas). Terkait dengan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan yang dilakukan di SMA Al Islam, Andre bertindak sebagai pemateri.

2.) Nindyo, SH. MSi

Nindyo tergabung dalam bidang lalu lintas dan merupakan Kepala Seksi BKKL (Bimbingan Keselamatan dan Ketertiban Lalu Lintas) Dishubkominfo Kota Surakarta. Terkait dengan pelaksanaan Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan, Nindyo bertindak sebagai kepala tim pelaksana kampanye.

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah dampak dari kampanye lalu lintas yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta yaitu perilaku lalu lintas pelajar.



### 3. Metode Pengumpulan Data

Beberapa metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah :

#### a. Metode wawancara mendalam (*Depth Interviews*)

Metode wawancara mendalam adalah metode riset di mana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden. Karena itu, responden disebut juga informan. Karena wawancara dilakukan lebih dari sekali, maka disebut juga “*intensive-interviews*”. (Kriyantono,2009:63-64)

Metode wawancara digunakan untuk mengumpulkan jenis data primer. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung. (Arikunto, 2010:22)

#### b. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode dimana periset mengamati langsung objek yang diteliti. Ada dua jenis observasi; *pertama, observasi partisipan*, yaitu periset ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. *Kedua, observasi nonpartisipan*, yaitu observasi di mana periset tidak memosisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti. (Kriyantono,2009:64)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi nonpartisipan. Sehingga periset tidak memosisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti. Metode observasi digunakan untuk mengumpulkan jenis data sekunder. Selain metode observasi, data sekunder dalam penelitian ini juga diperoleh melalui pengumpulan dokumen.

c. Dokumentasi

Peneliti akan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pokok penelitian untuk melengkapi data penelitian. Data yang berupa dokumen, teks, atau karya seni yang kemudian dinarasikan (dikonversikan ke dalam bentuk narasi). (Pawito, 2008 : 96)

4. Metode Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, peneliti akan melakukan analisis data berdasar teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen : reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Punch,1998: 202-204).

Pawito (2008 : 104) menjelaskan ketiga tahapan tersebut sebagai berikut :

a. Reduksi data (*data reduction*)

Tahapan ini bukan asal membuang data yang tidak diperlukan, melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh

peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang tak terpisahkan dari analisis data.

Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Pada tahap kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data. Kemudian pada tahap terakhir dari reduksi data, peneliti menyusun rancangan konsep-konsep (mengupayakan konseptualisasi) serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok-kelompok data bersangkutan.

b. Penyajian data (*data display*)

Melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan karena dalam penelitian kualitatif data biasanya beraneka ragam perspektif dan terasa bertumpuk maka penyajian data (*data display*) pada umumnya diyakini sangat membantu proses analisis. Dalam hubungan ini, data yang tersaji berupa kelompok-kelompok atau gugusan-gugusan yang kemudian saling dikaitkankan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.

- c. Penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Penelitian dalam kaitan ini masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti.

#### 5. Teknik Keabsahan Data / Triangulasi

Validitas (*validity*) data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti. Kemudian reliabilitas berkenaan dengan tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data. Untuk kepentingan ini, peneliti sangat disarankan untuk menggunakan teknik-teknik triangulasi tertentu. (Pawito,2008: 97)

Teknik keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data (sering kali juga disebut dengan triangulasi sumber). Triangulasi data, menunjuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama. Hal ini berarti peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk

dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Dari sini, peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan: data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Dengan cara begini peneliti kemudian dapat mengungkapkan gambaran yang lebih memadai (beragam perspektif) mengenai gejala yang diteliti

Triangulasi sumber dalam Moleong (2014 :331) dapat dicapai dengan cara berikut :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan memberikan dampak pada beberapa aspek perilaku berlalu lintas pelajar, namun untuk beberapa aspek lainnya hanya memberikan dampak pada tingkatan sikap ataupun muncul ketika situasi/kondisi tertentu saja ketika terdapat faktor pendorong lain. Salah satu aspek perilaku pelajar SMA Al Islam yang tidak berubah adalah kebiasaan mengendarai sepeda motor sebagai salah satu transportasi utama pelajar SMA Al Islam 1 Surakarta meskipun umurnya masih dibawah 17 tahun namun dengan adanya kampanye ini pelajar menjadi tahu bahwa hal ini salah dan lebih bersikap hati-hati.

Fakta lain membuktikan bahwa setelah penyelenggaraan kampanye lalu lintas selesai masih terdapat beberapa pelajar SMA Al Islam 1 Surakarta yang melanggar peraturan lalu lintas dalam situasi tertentu meski jumlahnya tidak terlalu banyak. Seperti halnya beberapa pelajar yang tidak memakai helm saat pergi ke lokasi yang berjarak dekat dengan sekolah. Begitupun saat sekolah masuk pada jam ke-0 yaitu pukul 05.30 WIB, karena kondisi lalu lintas pada saat jam tersebut masih sepi dan siswa terburu-buru karena takut terlambat ke sekolah sebagian siswa mengaku terkadang mengabaikan rambu lalu lintas yang ada.

Namun demikian, dengan adanya kampanye ini pengetahuan pelajar terkait lalu lintas dan aturan-aturan dalam berlalu lintas menjadi bertambah. Sehingga meskipun sebagian kecil pelajar masih ada yang terkadang

melanggar peraturan lalu lintas, jumlah pelajar yang tertib dalam berlalu lintas jauh lebih besar. Salah satu aspek perilaku berlalu lintas yang berubah dengan adanya kampanye ini adalah tidak adanya lagi kebiasaan pelajar yang memodifikasi kendaraannya aksesoris kendaraan yang tidak standar. Bentuk modifikasi kendaraan pelajar setelah pelaksanaan kampanye sebatas penambahan skotlet garis pada velg kendaraan. Sehingga tidak mengubah dimensi maupun bentuk aslinya dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan.

## **B. Saran**

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Dishubkominfo Kota Surakarta dan SMA Al Islam 1 Surakarta, peneliti memiliki masukan untuk instansi tersebut dan beberapa pihak terkait sebagai berikut :

### **1. Bagi Dishubkominfo Kota Surakarta**

Untuk segala program perencanaan komunikasi yang telah dijalankan sebaiknya diikuti dengan evaluasi program sehingga dapat diketahui apa yang kurang atau perlu dirubah dari kegiatan tersebut agar tujuan program tercapai. Selanjutnya untuk rentang waktu pelaksanaan antara program satu dengan lainnya sebaiknya juga tidak terlalu jauh.

### **2. Bagi SMA Al Islam 1 Surakarta**

Sebaiknya lebih memperketat aturan pelarangan penggunaan sepeda motor bagi siswa yang masih menggunakan sepeda motor dibawah 17 tahun. Serta mengadakan program seperti yang telah dilakukan salah satu SMA di Surakarta untuk mengharuskan

siswanya menggunakan sepeda pada satu hari tertentu dalam satu bulan untuk menumbuhkan semangat bersepeda, sehingga dapat meminimalisir penggunaan sepeda motor pada pelajar yang masih dibawah 17 tahun.

### 3. Bagi Pelajar

Untuk yang masih berada dibawah usia 17 tahun sebaiknya menghindari penggunaan sepeda motor, sedangkan yang telah berada di usia 17 keatas sebaiknya selalu memperhatikan dan mematuhi peraturan rambu dan marka lalu lintas.

### 4. Bagi Masyarakat Umum

Masyarakat sebaiknya ikut berperan aktif dalam menciptakan situasi selamat dalam berlalu lintas dengan ikut serta mematuhi peraturan yang ada, melarang anak yang masih berusia dibawah 17 tahun untuk berkendara bagi yang menjadi orang tua serta menegur orang-orang di lingkungan sekitar yang berkendara namun tidak sesuai aturan. Sehingga dapat menjadi contoh bagi generasi penerus dan meminimalisir kemungkinan-kemungkinan buruk yang dapat terjadi.

### 5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya untuk lebih lengkapnya dapat menggunakan penelitian jenis kuantitatif agar dapat dengan akurat diketahui seberapa besar dampak kampanye tersebut pada perilaku berlalu lintas pelajar sehingga dapat diketahui kampanye tersebut efektif atau tidak.



## Daftar Pustaka

Al-*Qur'an* dan Terjemahannya. 2006. Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah J-Art.  
Bandung : CV. Penerbit J-Art.

### Buku

Arikunto, Suharsini. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta :  
PT RajaGrafindo Persada

Cangara Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT  
RajaGrafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung :  
PT. Remaja Rosdakarya

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana  
Prenada Media Group

Maulana, Herdiyan. Gungum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan  
Persuasi*. Jakarta Barat : Akademia Permata

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung :  
PT. Remaja Rosda Karya

Notoatmodjo, Soekidjo. 1993. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu  
Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta : Andi Offset

Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : Lkis.

Qadaruddin, Muhammad. 2016. *Kepemimpinan Politik Perspektif Komunikasi*.  
Yogyakarta : Deepublish.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja  
Rosdakarya

Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye (Panduan Teoretis dan Praktis dalam  
Mengefektifkan Kampanye Komunikasi)*. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Welas, Trias. 2010. *Undang-Undang Lalu Lintas UU RI No.22 Tahun 2009  
Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan*. Yogyakarta : Penerbit New Merah  
Putih.

Wiryanto . 2000 : *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : PT.Grasindo

Zarkasy, Irwa. Gun Gun Heryanto. 2012. *Public Relations Politik*. Bogor : Ghalia Indonesia.

### **Skripsi**

Awalina, Kamalia Rizqi. 2015. *Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Jilbab Syari (Studi Kasus Tentang Manajemen Komunikasi Pada Kampanye Yuk Berjilbab Syari Peduli Jilbab Dalam Mengampanyekan Pemakaian Jilbab Syari)*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.

Buwana, Fannya Dwi Candra. 2013. *Perilaku Berlalu Lintas Masyarakat Jawa di Kota Surakarta*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pujiyono, Anwar. 2014. *Manajemen Lalu Lintas Oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta dalam Menangani Kemacetan Lalu Lintas di Kota Surakarta*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret

### **Jurnal**

Muyasaroh, Siti. 2013. *Kampanye Perubahan Sosial ( Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Perilaku)*. Pasuruan : Universitas Yudharta Pasuruan.

### **Internet**

<http://dishubkominformasi.surakarta.go.id> , diakses 28 mei 2016

<http://hubdat.dephub.go.id/> , diakses 29 Oktober 2016

[http://www.jdih.setjen.kemendagri.go.id/files/KOTA\\_SURAKARTA\\_14\\_2011.pdf](http://www.jdih.setjen.kemendagri.go.id/files/KOTA_SURAKARTA_14_2011.pdf) , diakses 29 Oktober 2016

[http://jdih.surakarta.go.id/download.php?dt\\_produk\\_hukum\\_id=5008](http://jdih.surakarta.go.id/download.php?dt_produk_hukum_id=5008) , diakses 29 Oktober 2016

<http://surakarta.go.id/konten/dishubkominfo-adakan-sosialisasi-keselamatan-berkendara-di-sma-al-islam-1> , diakses pada 29 Oktober 2016

<http://smulsa.sch.id> , diakses pada 3 September 2016

<http://ariwibowosolo.wordpress.com> , diakses pada 5 Oktober 2016

<http://www.solopos.com/2015/09/23/penghargaan-bidang-lalin-solo-raih-wtn-2015-645291> , diakses pada 30 Maret 2016

<http://www.radarsemarang.com/20150207/semarang-tertinggi-pelanggaran-lalin> , diakses pada 1 April 2016

<https://www.youtube.com/watch?v=gz3GwUOOyEk> , diakses pada 30 November 2016



# LAMPIRAN



**Dampak Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan Pada Perilaku Berlalu Lintas  
Pelajar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelajar AI-Islam atas Kampanye Dinas  
Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta)**

**Oleh : Rofik Fitriani / 12730048**

---

\*) Untuk Informan di Dishubkominfo Surakarta

Narasumber : \_\_\_\_\_

Jabatan : \_\_\_\_\_

No.HP/Tlp : \_\_\_\_\_

**Kampanye**

- a. Identifikasi Target Khalayak (*audience*)
  1. Siapa sajakah yang menjadi khalayak sasaran kegiatan kampanye ini (kalangan, profesi, umur) ?
  2. Daerah mana sajakah yang menjadi target sasaran kampanye ini?
- b. Tujuan
  1. Apa tujuan dari diadakannya kegiatan ini?
  2. Perubahan seperti apa yang diharapkan muncul dari khalayak?
  3. Bagaimana komitmen penyelenggara kampanye untuk mencapai tujuan ini?
- c. Pesan
  1. Apa saja hal yang dijadikan pertimbangan dalam penyusunan pesan kampanye?
  2. Informasi apa saja yang disampaikan kepada khalayak pada proses kampanye?
  3. Siapa sajakah yang terlibat dalam proses penyusunan pesan?
  4. Apakah pesan yang akan digunakan dalam kampanye dikonsultasikan terlebih dahulu dengan para pakar?
  5. Apakah pesan kampanye terlebih dahulu diujicobakan kepada beberapa orang sampel target sasaran?
- d. Komitmen / Tindakan
  1. Tindakan apa saja yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan?

2. Berapa banyak dukungan yang diperoleh untuk melakukan kampanye?
  3. Siapa saja yang memberi dukungan dalam kegiatan ini (khalayak, supporting unit)?
  4. Apa saja bentuk dukungan tersebut (logistic, transportasi, jaminan keamanan)?
- e. Saluran / Media
1. Media apa saja yang biasa digunakan oleh khalayak?
  2. Kelompok apa saja yang menjadi keanggotaan khalayak sasaran?
  3. Mengapa kegiatan/media ini dipilih untuk dapat menjangkau khalayak sasaran ? apakah media ini paling dekat dengan khalayak?
- f. Rencana Komunikasi
1. Media apa saja yang digunakan untuk kampanye ini?
  2. Apakah kampanye ini melibatkan pihak ketiga?
  3. Bagaimana pengaturan jadwal kegiatan kampanye ini?
  4. media cetak apa saja yang digunakan?
  5. Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk mencapai tujuan?
  6. Bagaimana proses penyebaran informasi?
- g. Evaluasi
1. Bagaimana tanggapan balik (response) khalayak terhadap kegiatan ini?
  2. Apakah terdapat temuan/ hal baru yang unik dan menarik di lapangan selama proses kampanye?
  3. Bagaimana sikap kampanye setelah kegiatan berlangsung?
  4. Bagaimana perilaku berlalu lintas pelajar setelah kegiatan kampanye diselenggarakan?

**Dampak Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Jalan Pada Perilaku Berlalu Lintas Pelajar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelajar AI-Islam atas Kampanye Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta)**

**Oleh : Rofik Fitriani / 12730048**

---

\*) Untuk Informan di SMA AI-Islam Surakarta

Narasumber\*\* : \_\_\_\_\_

Kelas - umur : \_\_\_\_\_

No.HP/Tlp : \_\_\_\_\_

**Dampak Kampanye Pada Perilaku Berlalu Lintas**

**Evaluasi**

1. Secara umum, bagaimana pendapat anda mengenai kegiatan kampanye keselamatan lalu lintas dari dishub untuk pelajar tersebut? (dari segi penyampaian pesan, pesan yang disampaikan serta teknis pelaksanaan)

**Dampak Kampanye pada Perilaku Berlalu Lintas**

**Persepsi (*Perception*)**

1. Sarana transportasi apa yang anda pilih untuk kegiatan sehari-hari? Mengapa?
2. Perlengkapan apa saja yang anda pilih untuk menunjang kegiatan berlalu lintas sehari-hari?

**Respon Terpimpin (*Guided Response*)**

1. Apakah anda mengerti isyarat rambu lalu lintas yang diperintahkan oleh petugas PKS?
2. Bagaimana urutan perilaku berlalu lintas anda dari dari jalanan saat masih terdapat petugas PKS bertugas hingga tiba di parkir sekolah?

**Mekanisme (*Mecanism*)**

1. Bagaimana bentuk perilaku anda dalam berlalu lintas sehari-hari?
2. Apakah hal tersebut tetap anda lakukan meski tidak terdapat petugas?

### **Adaptasi (*Adaption*)**

1. Apakah terdapat terdapat perilaku berlalu lintas yang anda lakukan padahal pemerintah tidak menganjurkan (memodifikasi) ?
2. Apa saja bentuk perilaku tersebut?
3. Apa motivasi anda melakukan tindakan tersebut?



\*Poin-poin di atas digunakan sebagai pedoman wawancara. Peneliti berkemungkinan untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan diatas untuk mendapatkan data-data yang lebih valid.

\*\*Narasumber adalah orang yang telah mengikuti kegiatan kampanye keselamatan lalu lintas di jalan yang diadakan Dishubkominfo Kota Surakarta



# Curriculum Vitae

Nama Lengkap : Rofik Fitriani

Tempat & Tgl Lahir : Sragen, 7 Januari 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat Rumah : Desa Sribit Rt.06, Kecamatan Sidoharjo, Kabupaten Sragen,  
Jawa Tengah

Alamat di Yogyakarta : Sampangan Rt.07, Mantup, Banguntapan, Bantul

Email : rofikfitriani@gmail.com

Telepon : 085725458986



## Riwayat Pendidikan

- 2012-2016 : Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- 2009-2012 : SMA N 3 Sragen
- 2006-2009 : MTsN 1 Sragen
- 2000-2006 : MIM Sribit