

IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA PENGUNAAN TELEPON SELULER SAAT BERKENDARA

Efrizal Hardiman¹, Happy Yugo Prasetya², Meyti Eka Apriyani³

Politeknik Negeri Batam

Jurusan Teknik Informatika, Program Studi Teknik Multimedia dan Jaringan

Parkway Street, Batam Centre, Batam 29461, Indonesia

efrizal.hardiman@gmail.com, meyti@polibatam.ac.id, yugo@polibatam.ac.id

Abstrak

Angka kecelakaan di Indonesia masih terbilang tinggi, hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran dari masyarakat itu sendiri untuk lebih berhati-hati saat berkendara. Dampak negatif dari kecelakaan lalu lintas adalah menyebabkan kerugian ekonomi nasional sebesar 2,9% dari pendapatan Bruto Domestik. Salah satu faktor penyebab terjadinya kecelakaan adalah hilangnya konsentrasi saat berkendara. Hilangnya konsentrasi diakibatkan karena adanya pengalihan perhatian yaitu menggunakan telepon seluler saat berkendara. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dalam berkendara melalui media iklan. Pemilihan iklan layanan masyarakat cukup efektif karena memiliki definisi dan tujuan yaitu iklan nonkomersil yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi khalayak agar bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 50 responden, sebanyak 29 responden memiliki tanggapan positif atas iklan layanan masyarakat yang sudah dibuat.

Kata kunci: Iklan, Iklan Layanan Masyarakat

Abstract

The number of Traffic accidents in Indonesia is still in high number, it because the lack of awareness of the people to be careful while driving. The negative effects of traffic accidents are causing national economic loss by 2,9% from Gross Domestic Product. One of the traffic accidents factor are loss of concentration while driving. The cause of loss of concentration is there is an attention diversion that using hand phone while driving. Therefore it is necessary to dissemination to the public to be more cautious while driving through advertisements. The selection of public service ad is quite effective because it has the definition of non-commercial ads which the purpose is to influence audiences to behave in accordance with the advertising message. Based on the test results of the 50 respondents, total of 29 respondents had positive response on public service ad that have been made

Keywords : Advertisement , Public Service Ad

1 Pendahuluan

Di Indonesia, Polri mencatat dan mengumumkan secara resmi bahwa jumlah korban meninggal pada tahun 2010 adalah 31.234 jiwa [1]. Jumlah korban meningkat pada tahun 2011 sebanyak 32.657 jiwa dengan variasi penyebab yang semakin kompleks. Untuk tahun 2012 angka korban menurun menjadi 27.441 jiwa dan ada pada tahun 2013 juga mengalami penurunan menjadi 25.157 [2].

Penyebab terjadinya kecelakaan adalah teralihkannya perhatian saat berkendara. Hal ini disebabkan karena menggunakan telepon seluler saat berkendara. Kurangnya media informasi tentang keselamatan saat berkendara masih sangat kurang. Baik itu berupa

poster maupun berupa iklan televisi.

Untuk itu dalam penelitian ini, penulis menggunakan iklan layanan masyarakat tentang bahaya penggunaan telepon seluler saat berkendara untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat. Walaupun terjadi penurunan pada tahun 2012 dan 2013, tentunya perlu dipertahankan agar angka kecelakaan tetap menurun.

2 Landasan Teori

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Adliah Arif tentang penggunaan ponsel saat berkendara menurut undang-undang lalu lintas. Penggunaan ponsel saat berkendara juga disebabkan karena kurangnya

ketidapkahaman dan ketidaktahuan masyarakat akan keselamatan saat berkendara. Peraturan dan larangan yang telah dibentuk sering kali diabaikan karena kurangnya peran penegak hukum dalam menindaklanjuti pelanggaran yang dilakukan oleh pengendara dan juga kurangnya media untuk menyebarkan peraturan dan larangan [3].

B. Iklan Layanan Masyarakat

Menurut UU No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Iklan Layanan Masyarakat memiliki definisi siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.[4]

C. Media Televisi

Pengenalan media televisi dimulai pada tahun 1962, yaitu pada era Presiden Soekarno. Pada saat itu Presiden Soekarno memberikan instruksi kepada direktorat perfilman Negara dan Direktur Teknik Jawatan Radio untuk mendukung penyelenggaraan Asian Games IV di Jakarta.[5]

3 Hasil dan Pembahasan

A. Skema Masalah

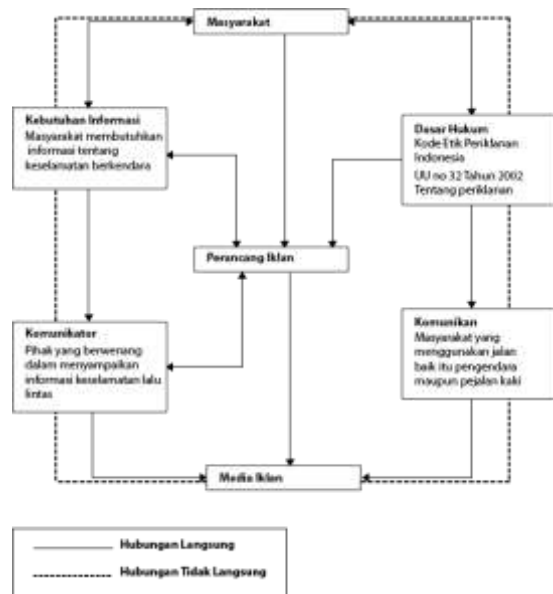


Figure 1 Skema Masalah

Berdasarkan gambar diatas masalah yang dihadapi adalah perancang iklan membutuhkan informasi dari komunikator selaku pihak berwenang keselamatan lalu lintas yaitu polda, informasi yang diperoleh dari komunikator didapat dari masyarakat dan perancang iklan membuat iklan sesuai dengan kode etik

periklanan

B. Strategi Kreatif

Untuk menunjang keberhasilan iklan, dibutuhkan sebuah strategi kreatif, yaitu :

1. Strategi Konsep
 - a. Menyampaikan bahwa menggunakan telepon seluler saat berkendara dapat memicu kecelakaan lalu lintas.
 - b. Menggunakan animasi 3D agar menarik perhatian dan dapat dimenegerti oleh masyarakat
2. Strategi Visual
 - a. Menggunakan komposisi warna yang baik sehingga saat dilihat menimbulkan kesan yang baik
 - b. Adegan kecelakaan direkayasa dengan tidak menimbulkan darah, untuk mengurangi rasa horror namun tetap esensi bahaya tidak dihilangkan

C. Sinopsis

Iklan ini menceritakan seorang pemuda yang sedang mengendarai sepeda motor favoritnya, berjalan di sebuah kot, sambil menikmati suasana, serta angin sepoi-sepoi. Disaat yang bersamaan, telepon seluler si pemuda pun bordering menandakan adanya panggilan masuk. Panggilan tersebut merupakan panggilan dari temannya. Merekaa pun mengobrol kecil yang menyebabkan si pemuda teralihkan perhatiannya yang kemudian menyebabkan kkecelakaan.

D. Script/Naskah Program

Tabel 1Naskah Program

Video	Audio
SHOT 001 Ext. Jalanan Kota – Sore LS-PANNING Suasana kota yang sepi, terlihat gedung bangunan yang sama persis yang hanya dibedakan oleh warna-warni, yang diselmuti oleh cahaya matahari sore yang membuat warna-warna gedung tersebut berbaur dan melebur. Dilalui oleh seorang pemuda bersama sepeda motornya.	Suara latar dan suara motor
<i>CUT TO :</i>	
SHOT002 Ext. Jalanan Kota – Sore LS-TRACK SLOWLY	Suara latar dan suara motor

Pemuda tersebut meneruskan perjalanannya sambil ditemani oleh suasana jalan yang sepi. <i>CONT TO:</i>	
SHOT003 Ext. Jalanan Kota – Sore MS-TRACK IN SLOWLY-FOLLOW Telepon seluler si pemuda berbunyi menandakan adanya panggilan masuk. <i>CUT TO :</i>	Suara latar, suara motor, suara telepon berdering
SHOT004 Ext. Jalanan Kota – Sore MS-FOLLOW Si pemuda memeriksa saku celana kirinya untuk mengambil telepon seluler <i>CUT TO :</i>	Suara latar, suara motor, suara telepon berdering
SHOT005 Ext. Jalanan Kota – Sore HIGH ANGLE-MS-FOLLOW Si pemuda melihat panggilan dan terlihat senang, kemudian menjawab panggilan telepon seluler <i>CUT TO :</i>	Suara latar, suara motor, suara telepon berdering
SHOT006 Ext. Jalanan Kota – Sore MS-FOLLOW Si pemuda mengangkat telepon sambil berkendara, sehingga membuat konsentrasi si pemuda buyar <i>CONT'D TO :</i>	Suara latar, suara motor,
SHOT007 Ext. Jalanan Kota – Sore MS-PANNING Si pemuda masih melanjutkan pembicaraan dan tiba-tiba terjadi tabrakan antara si pemuda dan truk berwarna merah yang datang dari arah kanan. Kejadian berlangsung cepat. <i>CUT TO:</i>	Suara latar, suara motor, pada saat tabrakan hampir terjadi, muncul SFX bunyi klakson panjang dari truk menandakan akan terjadi kecelakaan, saat tabrakan terjadi muncul SFX tabrakan
SHOT008 Berisi gambar himbauan untuk masyarakat agar tidak menggunakan telepon seluler saat berkendara.	Suara latar

E. Desain Elemen

Desain perancangan ini dibuat untuk merepresentasikan visual iklan yang nantinya akan dibuat.

1. Karakter

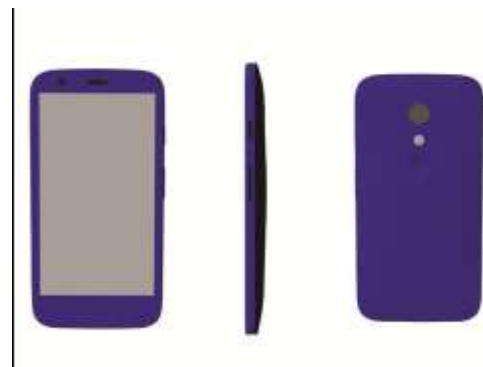
Karakter disini adalah seorang pemuda berumur 23 tahun dan menyukai warna biru. Warna biru dipilih untuk menunjukkan warna elegan. Karakter ini dipilih sebagai representasi dari masyarakat.



Gambar 1 Desain Karakter

2. Telepon Seluler

Telepon seluler digunakan oleh pemuda juga memiliki warna biru yang menandakan bahwa telepon seluler ini milik si pemuda.



Gambar 2 Desain Telepon Seluler

3. Sepeda Motor

Sepeda motor kesukaan si pemuda diberi warna biru.



Gambar 3 Desain Sepeda Motor

4. Truk

Truk dipilih sebagai objek yang menabrak si pemuda. Warna dipilih untuk menunjukkan sifat bahaya dan hati-hati.



Gambar 4 Desain Truk

5. Kota

Desain kota diberi warna-warni agar menampilkan kesan kota yang penuh warna dan menghilangkan kesan monoton dari setiap bangunan



Gambar 5 Desain Kota

F. Hasil Pengujian

Pengujian dilakukan di kota batam terhadap 30 reponden dengan tingkat pendidikan minimal SMA dan memiliki SIM serta dengan kisaran umur 23-40 tahun. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif iklan layanan masyarakat tentang bahaya menggunakan telepon seluler saat berkendara untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat dalam berkendara. Hasil bisa dilihat pada table berikut :

Tabel 2 Hasil Kuisisioner

N=30		
Jawaban	Frekuensi	Persentase
Efektif	19	63.33 %
Kurang Efektif	11	36.67 %

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kuisisioner di atas, sebanyak 19 reponden atau sekitar 63.33% responden menyatakan bahwa iklan layanan masyarakat yang dibuat memiliki peran yang efektif dalam menyampaikan pesan akan bahaya menggunakan telepon seluler saat berkendara.

Referensi

[1] Azhar Siregar, Aswin. 2014. *Membangun Masa Depan Keselamatan Lalu Lintas*. United Kingdom : University of Leeds

[2] Prabowo, Dani. 2014. *Kapolri: Korban Kecelakaan Lebih Besar Dari Korban Teluk*. Jakarta Kompas, Minggu, 26 Januari 2014 09:29 WIB

[3] Arif, Adliah. 2013. *Analisis Terhadap Penggunaan Ponsel Saat Berkendara Menurut Undang-Undang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Makassar: Universitas Hasanuddin

[4] Sekretariat Negara RI. 2002. *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002*.

[5] Khasali, Renald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta:Pustaka Utama Grafiti.