

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia tidak pernah lepas dihadapkan dengan proses komunikasi. Mulai dari manusia bangun tidur hingga kembali tidur. Menurut Harold Lasswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi mengandung lima unsur penting yaitu *komunikator, pesan, media, komunikan dan efek*. Dalam penelitian ini pesan yang disampaikan berupa peraturan-peraturan lalu lintas dimana polisi lalu lintas bertindak sebagai komunikator dengan menggunakan media massa sebagai alat penyampai pesan kepada mahasiswa sebagai komunikan. Media massa disini berupa iklan, poster yang dipasang di jalan raya agar diketahui oleh masyarakat umum. Efek atau tujuan yang diharapkan dari penyampaian pesan tersebut yaitu adanya perubahan perilaku khususnya pada mahasiswa dalam berlalu lintas. Mahasiswa diharapkan mampu lebih tertib dalam berlalu lintas. Selain itu tujuan dari penyampaian pesan melalui media massa tersebut untuk mengenalkan lebih jauh tentang etika berlalu lintas yang baik.

Masalah mengenai lalu lintas yang ada saat ini yaitu rendahnya kesadaran masyarakat dalam menerapkan etika berlalu lintas. Masyarakat selalu

mendahulukan kepentingan pribadi daripada kepentingan umum sehingga menyebabkan pelanggaran dalam berlalu lintas. Dari pelanggaran-pelanggaran tersebut banyak mengakibatkan terjadinya kecelakaan lalu lintas dan 60% kecelakaan terjadi pada kendaraan roda dua. Hal tersebut diakibatkan karena faktor *human error* (Kesalahan Manusia). Terhitung dari bulan Januari – Oktober 2011 terjadi kecelakaan yang menelan korban sebanyak 528 orang. Untuk itu, demi mengurangi angka kecelakaan lalu lintas maka pengendara sepeda motor diwajibkan untuk menyalakan lampu utama sepeda motor pada siang hari. Namun tidak semua masyarakat mematuhi peraturan tersebut. Terbukti dari banyaknya jumlah masyarakat yang melanggar peraturan tersebut. Terhitung sejak tanggal 1 Oktober 2011, Polresta Bandar Lampung telah menilang sedikitnya 2.500 pengemudi motor yang tidak menyalakan lampu depan (light on) di siang hari.

(<http://www.republika.co.id/berita/regional/nusantara/11/10/14/lt1y67-tidak-menyalakan-lampu-2500-motor-ditilang>).

Sedangkan di bulan November 2011 terdapat 300 kasus pelanggaran di jalan raya yang notabene pelanggarnya adalah pelajar dan mahasiswa. Sebagai bahan evaluasi terbukti memberikan kendaraan bermotor pada anak-anak adalah untuk mengajarkan cara bunuh diri paling efektif. Karena anak-anak biasanya tidak menggunakan kendaraan roda dua itu untuk bertransportasi aman, tetapi justru untuk ajang kebut-kebutan di jalan raya.

(<http://wartalambar-online.blogspot.com/2011/11/light-on-kurangi-angka-lakalantas.html>.)

Untuk itu polisi lalu lintas membuat beberapa *banner* dan *billboard* tentang tata cara berlalu lintas yang benar dan dipasang di jalan raya guna mengajak masyarakat untuk mengubah perilaku berlalu lintas agar sesuai dengan undang-undang yang berlaku. *Banner* dan *billboard* tersebut berupa peringatan pada masyarakat untuk menghidupkan lampu utama pada siang hari. Peraturan ini terdapat pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 :

Pasal 107 ayat 2 : pengemudi sepeda motor selain mematuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menyalakan lampu utama pada siang hari.

Pasal 293 ayat (2) : setiap orang yang mengemudikan sepeda motor di jalan tanpa menyalakan lampu utama pada siang hari sebagaimana dimaksud dalam pasal 107 (2) dipidana dengan pidana kurungan paling lama 15 (lima belas) hari atau denda paling banyak Rp.100.000,00 (Seratus ribu rupiah).

Dalam melaksanakan tugas penilangan polisi memiliki prosedur yang harus dilakukan yaitu, polisi yang memberhentikan pelanggar wajib menyapa dengan sopan serta menunjukkan jati diri dengan jelas. Polisi harus menerangkan dengan jelas kepada pelanggar apa kesalahan yang terjadi, pasal berapa yang telah dilanggar dan tabel berisi jumlah denda yang harus dibayar oleh pelanggar. Pelanggar dapat memilih untuk menerima kesalahan dan memilih untuk menerima "slip biru", kemudian membayar denda di BRI tempat kejadian dan mengambil dokumen yang ditahan di Polisi Sektor tempat kejadian, atau menolak kesalahan yang didakwakan dan meminta

sidang pengadilan serta menerima "slip merah". Pengadilan kemudian yang akan memutuskan apakah pelanggar bersalah atau tidak, dengan mendengarkan keterangan dari polisi bersangkutan dan pelanggar dalam persidangan di kehakiman setempat, pada waktu yang telah ditentukan (biasanya 5 sampai 10 hari kerja dari tanggal pelanggaran).

Iklan adalah sebuah proses komunikasi, yang di dalamnya terdapat orang yang disebut sebagai sumber munculnya ide iklan, media sebagai medium, dan audiens (Bovee dalam Bungin, 2001:123), sedangkan John Rossiter dan Larry Percy mengemukakan pendapatnya tentang iklan yaitu iklan bertujuan untuk mempersuasi secara tidak langsung yaitu iklan didasari oleh informasi tentang keuntungan produk atau jasa yang didesain untuk menciptakan kesan yang menyenangkan sehingga dapat merubah pikiran khalayak.

Dikaitkan dengan *banner* dan *billboard* yang dipublikasikan oleh polisi lalu lintas juga memiliki maksud dan tujuan untuk memberikan pendidikan non-formal mengenai peraturan lalu lintas kepada masyarakat khususnya mahasiswa. Pada umumnya mahasiswa dianggap masyarakat sebagai orang yang berpendidikan tinggi, dinilai mempunyai pemahaman yang lebih terhadap pesan lalu lintas yang disampaikan melalui media *banner/billboard*. Pada hakekatnya pemasangan iklan tersebut merupakan suatu langkah dalam usaha mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik seperti yang diharapkan. Pemasangan *banner* dan *billboard* merupakan suatu usaha menyebarluaskan hal-hal yang baru agar masyarakat mau tertarik dan berminat untuk melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Periklanan dipandang sebagai media yang lazim digunakan komunikator untuk mengarahkan komunikasi yang persuasif pada komunikan. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra komunikan yang berkaitan dengan suatu produk atau pesan (Durianto, 2003:2).

Melalui *banner* dan *billboard* ini juga dapat mendidik masyarakat, memberi pengetahuan, dan informasi-informasi, agar masyarakat dapat membentuk sikap dan berperilaku sesuai apa yang seharusnya. Isi dari *banner* dan *billboard* tersebut mengajak masyarakat dan mengenalkan tentang etika-etika berlalu lintas yang baik. Seperti membawa kelengkapan kendaraan, menghidupkan lampu utama dan menaati rambu-rambu lalu lintas lainnya.

Semua iklan ini dipublikasikan guna mendukung dari empat fungsi polisi lalu lintas yaitu:

1. Pendidikan (*Education*), polisi bertugas untuk menyampaikan pendidikan berupa pengetahuan dan informasi mengenai lalu lintas kepada masyarakat. Dengan pendidikan ini masyarakat akan lebih memahami menaati peraturan yang berlaku tentang etika berlalu lintas.
2. Penegak/Pengawasan, polisi bertugas untuk melaksanakan pengawasan terhadap perilaku masyarakat dalam berlalu lintas. Apakah masyarakat sudah menjalankan apa yang mereka pahami tentang rambu lalu lintas atau apakah masyarakat masih tetap melakukan pelanggaran terhadap peraturan lalu lintas.

3. Rekayasa Jalan (*Engenering*), polisi bertugas mengatasi kemacetan yang terjadi di jalan raya dengan melakukan rekayasa jalan. Rekayasa jalan ini dapat berupa pengalihan jalan dari jalan yang seharusnya dilewati dialihkan ke jalan lain guna mengurangi tingkat kemacetan.
4. Identifikasi & Registrasi (*Identification & Registration*), polisi bertugas melayani masyarakat yang akan melakukan registrasi berupa pembuatan ataupun perpanjangan Surat Izin Mengemudi (SIM).
(Hasil riset di Polresta Bandar Lampung)

Tujuan dari pemasangan *banner* dan *billboard* yang dilakukan oleh polisi lalu lintas yaitu lahirnya efek positif yakni tercapainya muatan kognitif dan afektif pada masyarakat khususnya mahasiswa artinya jika kedua aspek ini berjalan dengan baik persoalan etika berlalu lintas di jalan raya dapat berjalan dengan baik.

Muatan kognitif seseorang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengkomunikasikan pikiran. Namun manusia tidak memberikan respon kepada pesan secara otomatis. Manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan. Sebelum memberi respon, manusia menangkap dulu pola pesan secara keseluruhan dalam satuan-satuan makna. Menurut Lewin teori kognitif menyatakan bahwa individu berusaha mengoptimalkan makna dalam persepsi perasaan, kognisi, dan pengalamannya.

Sedangkan afektif yaitu kecenderungan perilaku seseorang terhadap apa yang dihasilkan oleh aspek kognitifnya. Dalam istilah komunikasi aspek afektif

diartikan sebagai “tendensi untuk memberi reaksi yang positif (menguntungkan) atau negatif (tidak menguntungkan) terhadap orang-orang, objek, situasi-situasi tertentu. Karena itu merupakan suatu tendensi untuk memberi reaksi yang bersifat emosional dalam arah tertentu.

Dikaitkan dengan mahasiswa aspek afektif ditunjukkan dengan perilaku mahasiswa untuk lebih beretika dalam berlalu lintas dapat dipengaruhi oleh aspek kognitif. Jika tingkat etikanya tinggi maka afektif positif, sebaliknya jika etikanya rendah maka afektifnya negatif.

Komunikasi ini akan berjalan efektif apabila, mahasiswa memiliki kognitif sebanding dengan afektif. Mahasiswa dengan segala pengalaman dan pengetahuannya tentang peraturan lalu lintas harusnya lebih paham dan cenderung mematuhi peraturan lalu lintas. Mahasiswa banyak yang menggunakan kendaraan pribadi seperti motor dan mobil untuk bepergian. Sebagai seorang mahasiswa yang memiliki banyak sebutan dan dianggap memiliki pendidikan atau pengetahuan lebih oleh masyarakat, harusnya dapat memberi contoh yang baik dalam berlalu lintas. Baik dalam hal kelengkapan berkendara dan pemahaman serta kepatuhan dalam menaati peraturan lalu lintas yang ada.

Komunikasi menggunakan media *banner* dan *billboard* penting untuk diteliti, hal ini berdasarkan beberapa alasan pokok diantaranya :

Peraturan menyalakan lampu utama bagi kendaraan sepeda motor telah lama dibuat tapi, masih banyak masyarakat yang belum menerapkan peraturan tersebut dalam berlalu lintas. Dalam hal ini apakah penyampaian informasi

kepada masyarakat tidak diterima dengan baik karena pendekatan dan media yang digunakan kurang tepat atau masyarakat yang kurang peduli dengan peraturan baru tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu diteliti berapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari *banner* dan *billboard* terhadap mengubah perilaku mahasiswa dalam mematuhi peraturan untuk menyalakan lampu utama pada siang hari.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah mengenai :

Berapa besar pengaruh *banner* dan *billboard* “Menyalakan lampu utama kendaraan sepeda motor pada siang hari” terhadap perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNILA angkatan 2008 dan 2009 dalam mematuhi peraturan lalu lintas?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengukur berapa besar pengaruh iklan “Menyalakan lampu utama kendaraan sepeda motor pada siang hari” terhadap perilaku mahasiswa dalam mematuhi peraturan tersebut?

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih baik sebagai literatur maupun referensi bagi mahasiswa lainnya yang tertarik pada penelitian ilmiah yang berhubungan dengan media iklan sebagai alat untuk mengubah perilaku dalam berlalu lintas.
2. Secara Praktis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa tentang etika dalam berlalu lintas yang baik.