

Strategi humas dalam iklan layanan masyarakat untuk mengurangi laka lantas di Polres Lampung Utara

Lovia Evanne^{1a}, Uly istiqomah^{1b}, Ade Rama Dani Kusuma^{1c}, Adellia^{1d}

¹Universitas Muhammadiyah Kotabumi

^alovia.evanne@umko.ac.id

^bulyisti07@gmail.com

^caderama0406@gmail.com

^dadellia091001@gmail.com

INFO ARTIKEL

Keywords

Humas

Iklan Layanan Masyarakat

Spanduk

ABSTRAK

Masalah kecelakaan lalu lintas dan akibat dari kecelakaan tersebut telah menjadi masalah sosial saat ini. Polda Lampung mencatat angka kecelakaan lalu lintas (Lakalantas) periode Januari hingga September 2022, di Polres Lampung Utara 137 kasus, kerugian material sekitar (Rp818.951.500). Korban dalam hal ini dapat berupa kematian, luka berat, luka ringan atau menimbulkan kerugian material dan kerusakan kendaraan yang terlibat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi humas dalam iklan layanan masyarakat untuk mengurangi laka lantas di Polres Lampung Utara. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif Humas Polres Lampung Utara melalui iklan banner untuk menekan angka kecelakaan lalu lintas berhasil. Dalam penggunaan spanduk, karakteristik spanduk seperti letak spanduk, desain spanduk, kejelasan redaksional dan ukuran spanduk sangat diperlukan agar para pengemudi tertarik untuk melihat dan membaca spanduk tersebut, sehingga pesan persuasif tersampaikan dengan baik kepada para pengemudi yang melihatnya. Pihak kepolisian melalui Satuan Kecelakaan Lalu Lintas Polres Lampung Utara membantu menekan angka kecelakaan lalu lintas dengan memasang iklan yang menarik pada spanduk sehingga pesan pada spanduk tersebut mempengaruhi sikap pengemudi saat membacanya. Dari iklan layanan masyarakat terjadi komunikasi persuasif oleh Humas Polres Lampung Utara melalui spanduk untuk menekan angka kecelakaan lalu lintas. Sehingga pengemudi lebih waspada dalam berlalu lintas dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas.

1. Pendahuluan

Salah satu kajian ilmu komunikasi adalah bidang humas (Public Relations). Ruang lingkup Humas meliputi hubungan internal dan hubungan eksternal. Kebutuhan akan komunikasi pada saat ini sangatlah penting dalam kehidupan seseorang. Jika seseorang melihat orang sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan, orang tersebut tidak dapat hidup tanpa komunikasi di antara mereka (Maksum, 2020). Komunikasi yang terjalin efektif bila mempengaruhi sikap seseorang. Upaya komunikasi untuk mempengaruhi sikap disebut komunikasi persuasif. Objek komunikasi tidak mengalami perubahan sikap atau pendapat atau bahkan perilaku pada saat pesan komunikasi diterima. Karena komunikator mengalami perubahan yang muncul sebagian besar seolah-olah atas kemauannya sendiri dan tidak merasakan paksaan ketika menerima pesan komunikatif (Agusti & Anggoro, 2021).

Humas membutuhkan komunikasi persuasif untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku orang. Dalam praktiknya, humas lebih sering terlibat dalam komunikasi persuasif. Dalam definisinya yang paling luas, humas adalah suatu bentuk komunikasi persuasif dan terencana yang ditujukan untuk mempengaruhi kelompok sasaran yang relevan (Saputri & Fajri, 2021). Artinya humas tidak dilakukan hanya pada saat dibutuhkan saja, karena kemudian salah satu pihak menginginkan pihak lain untuk melakukan atau mempercayai sesuatu, dan itu dilakukan melalui komunikasi. Sasaran kegiatan Humas adalah masyarakat, yaitu kelompok sosial yang memiliki kepentingan yang sama. Humas bertanggung jawab untuk menginformasikan, mendidik, membujuk, memperoleh simpati dan menciptakan kepentingan umum atau pemahaman dan penerimaan masyarakat (Ponco, 2018). Humas yang mempengaruhi masyarakat dengan menyampaikan pesan-pesan komunikasi yang disampaikannya tidak boleh dilakukan dengan paksaan. Jika menyangkut masyarakat, penyampaian komunikasi harus dapat dipahami bahwa tindakan yang akan diambil adalah berdasarkan kehendak, bukan penerimaan komunikasi (Wulan Sari, 2016).

Hubungan humas dan periklanan sangat erat kaitannya. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah iklan yang bertujuan untuk melindungi kepentingan umum, tidak bersifat komersial, dan meyakinkan secara umum. Menurut Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI), ILM adalah pesan pemasaran untuk kepentingan umum tentang gagasan atau percakapan yang bertujuan untuk mengubah, memperbaiki atau memperbaiki sikap atau perilaku mereka. Produksi dan pengiriman media ini dikelola dan/atau dibiayai sebagian atau seluruhnya oleh pengiklan.

Direktorat Lalu Lintas (Ditlantas) Polda Lampung mencatat angka kecelakaan lalu lintas (Lakalantas) periode Januari hingga September 2022 di Provinsi Lampung terjadi sebanyak 1.439 kasus. Dari jumlah tersebut kerugian material sekitar Rp7.990.600.000. Salah satunya di Polres Lampung Utara 137 kasus, kerugian material sekitar (Rp818.951.500). Penyebab terjadinya laka lantas karena pengemudi lalai dalam mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan tidak menerapkan himbauan yang telah di berikan oleh Polres Lampung Utara.

Masalah kecelakaan lalu lintas dan kematian akibat kecelakaan telah menjadi masalah sosial saat ini. Korban dalam hal ini dapat berupa kematian, luka berat, luka ringan atau menimbulkan kerugian material dan kerusakan kendaraan yang terlibat. Mortalitas kecelakaan lalu lintas diukur dari akibat kecelakaan. Semakin banyak korban meninggal dalam kecelakaan, semakin tinggi jumlah orang yang tewas dalam kecelakaan lalu lintas. Kecelakaan lalu lintas dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor manusia yang disebabkan oleh kecerobohan korban pada saat menggunakan jalan, di persimpangan dan mengabaikan lampu persimpangan. Faktor manusia juga dapat menyebabkan kecelakaan lalu lintas karena kondisi pengemudi, antara lain kesehatan yang buruk, mengantuk, mabuk, penggunaan alkohol/narkoba dan penglihatan/pendengaran yang buruk. Faktor kendaraan juga dapat menjadi faktor penyebab terjadinya kecelakaan lalu lintas antara lain peralatan pengereman yang tidak memadai, kemudi yang salah, ban/roda yang jelek, penerangan yang kurang memadai dan pelanggaran dalam pemasangan jenis lampu. Karena adanya permasalahan kecelakaan lalu lintas dan meninggalnya setiap kecelakaan yang terjadi, maka polisi harus bertindak dalam memenuhi tugas, kewajiban dan perannya dalam melayani masyarakat. Kemudian humas polisi harus lebih kreatif dan cerdas, mendorong masyarakat untuk mematuhi peraturan lalu lintas.

Humas Polri merupakan jembatan penting yang menghubungkan media dengan kepolisian. Dalam rangka memberikan pelayanan publik, Polri melalui fungsi kehumasan memerlukan standar pengolahan untuk menjamin terselenggaranya pelayanan informasi publik. Bidang kehumasan merupakan bagian dari pelaksanaan personel khusus yang menangani kehumasan melalui penyampaian berita/informasi dan kerjasama dengan media dalam mengubah mindset positif masyarakat untuk menunaikan tugas Polri. Humas Polri bekerja sama dengan satuan kecelakaan lalu lintas mengimbau upaya keselamatan jalan untuk mengurangi kecelakaan dan menyadarkan pengguna jalan, salah satunya dengan menggunakan media Public Advertisement Service (PSA) untuk mengajak masyarakat menaati lalu lintas. Aturan iklan layanan masyarakat (ILM) datang dalam berbagai bentuk. Ini adalah iklan yang menarik yang ditayangkan di televisi dan juga menggunakan spanduk dan selebaran di persimpangan lampu merah, jalan utama dan persimpangan jalan.

2. Metodologi Penelitian

2.1. Pendekatan penelitian

Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk menyelidiki dan menjelaskan suatu fenomena atau realitas sosial dengan menggambarkan sejumlah variabel yang berkaitan dengan masalah dan unit yang diteliti. Pada tahap awal, peneliti mencoba menggambarkan fakta, mencoba menggambarkan gejala secara keseluruhan dari aspek yang diselidiki, sehingga jelas keadaan atau kondisinya. Peneliti melakukan wawancara ke subjek untuk mendeskripsikan masalah yang terjadi. Hasil dialog kemudian disandingkan dengan teori-teori yang relevan. Kemudian ditarik kesimpulan akhir (Watie, 2016).

2.2. Pengumpulan Data

Peneliti pengumpulan data berasal dari data primer yang didapat melalui wawancara langsung kepada informan. Sedangkan data sekunder dari data lakalantas Polres Lampung Utara. Adapun pertanyaan yang ditujukan kepada informan antara lain:

No	Pertanyaan
1.	Apa aja iklan layanan masyarakat yang digunakan Polres Lampung Utara?
2.	Sejak kapan menggunakan spanduk sebagai iklan layanan masyarakat?
3.	Apa saja yang telah dilakukan oleh humas Polres Lampung Utara untuk mengurangi angka kejadian lakalantas?
4.	Berapa ukuran spanduk yang digunakan sebagai iklan masyarakat?
5.	Apakah ada dampak dari pemasangan spanduk?
6.	Strategi komunikasi yang telah dilakukan humas Polres Lampung Utara?
7.	Apakah harapan anda untuk meningkatkan kinerja humas Polres Lampung Utara untuk mengurangi kejadian laka lantasi?

3. Teori

3.1. Humas

Kehumasan merupakan sub bagian dari ilmu komunikasi. Ilmu komunikasi merupakan tulang punggung kegiatan humas. Praktik humas berperan sebagai jembatan antara organisasi dengan publik untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding). Humas merupakan salah satu jembatan atau media yang menghubungkan perusahaan dengan publik atau masyarakat yang berupaya membangun hubungan baik. Humas harus memiliki kemampuan dasar diluar kemampuan humas seperti pemahaman konten, interpersonal skills, dan public speaking. Penampilan juga akan menjadi cerminan profesionalisme seorang humas. Tujuan humas juga untuk membentuk dan memelihara perasaan dan perilaku positif masyarakat luas terhadap organisasi, lembaga atau perusahaan. Humas tidak bisa hanya berfikir lokal tetapi juga global. Kunci keberhasilan humas adalah membangun pemahaman dan kolaborasi yang mendalam mengenai perbedaan budaya, politik, ekonomi dan regulasi (Effendy, 2009).

3.2. Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Undang-Undang Penyiaran Publik No. 32 Tahun 2002, iklan layanan masyarakat didefinisikan sebagai transmisi iklan non komersial melalui program radio atau televisi yang dimaksudkan untuk menyajikan, mempopulerkan atau mempromosikan ide, cita-cita, proposal atau pesan kepada kelompok sasaran lainnya, agar masyarakat bertindak dan berperilaku sesuai dengan pesan iklan tersebut (Mukaromah et al., 2018). Komunikasi merupakan rangkaian peristiwa sosial yang terjadi pada waktu manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Proses komunikasi berlangsung dalam diri seorang individu, dengan orang lainnya, dan antara perkumpulan manusia dalam proses hubungan sosial masyarakat (Nurhardian et al., 2015).

3.3. Strategi Kreatif

Untuk mendukung keberhasilan periklanan diperlukan strategi kreatif yaitu:

1) Strategi Konsep

- Katakan bahwa di dalam spanduk tersebut berhati-hati lah dalam berkendara dan patuhi lah rambu-rambu lalu lintas agar dapat mengurangi laka lantasi.
- Menggunakan animasi 3D untuk menarik perhatian dan memahami penonton.

2) Strategi Visual

- Menggunakan komposisi warna yang baik untuk memberikan kesan yang baik saat melihat.
- Adegan kecelakaan dirancang tanpa darah untuk mengurangi rasa ngeri, namun tetap tidak menghilangkan sifat ancamannya.

Media cetak termasuk spanduk memiliki karakteristik yang berbeda beda, namun fungsi media cetak tetap sama yaitu sebagai media informasi yang mampu merangsang interaksi antara humas dengan publik secara umum [1].

4. Temuan dan Pembahasan

4.1. Temuan

Hasil dari wawancara kepada informan adalah:

Informan A mengatakan, iklan layanan yang selama ini digunakan adalah spanduk. Penggunaan spanduk sudah lama digunakan karena mudah dilihat oleh masyarakat yang melalui jalanan. Humas Polres Lampung Utara selain menggunakan spanduk juga memanfaatkan website dan sosial media untuk sarana promosi dan berinteraksi dengan masyarakat. Dari pemasangan spanduk memberikan ajakan untuk mematuhi tulisan yang tertera di spanduk.

Informan B mengatakan, iklan layanan masyarakat antara lain spanduk yang terpasang di titik titik keramaian. Contohnya di lampu merah, di perkantoran, di pasar. Spanduk ini merupakan media komunikasi konvensional yang tetap digunakan. Selain spanduk humas Polres Lampung Utara juga menggunakan instagram sebagai media promosi. Ukuran spanduk yang dibuat Polres Lampung Utara adalah panjang 5 meter dan lebar 1 meter. Spanduk yang dibuat menggunakan gambar yang sesuai dengan isi pesan. Hal ini dilakukan agar pengemudi dapat lebih mudah membaca pesan yang diinginkan tanpa mengganggu kemampuan berkonsentrasi saat mengemudikan kendaraan. Perlu diperbanyak lagi konten-konten untuk sosial media agar banyak dilihat oleh masyarakat maya juga.

Informan C mengatakan, ia sering melihat spanduk-spanduk dipasang di pusat kota yang ramai dilewati masyarakat. Misalnya di daerah rawan terjadi kecelakaan. Tulisan yang terdapat pada spanduk biasanya kalimat ajakan mematuhi peraturan lalu lintas dan beberapa sebagai rambu rambu. Semakin banyak spanduk yang dipasang semakin baik karena masyarakat dapat membaca sebagai sarana informasi apabila melintasi suatu daerah. Ukuran spanduk lumayan besar dan bisa terbaca oleh pengendara dan pengemudi jalan. Semoga dengan banyaknya spanduk yang terpasang semakin berkurang korban kecelakaan lalu lintas.

Berikut ini gambar spanduk Polres Lampung Utara:



Gambar 1. Spanduk Polres Lampung Utara



Gambar 2. Spanduk Polres Lampung Utara

4.2. Pembahasan

Polres Lampung Utara memiliki kegiatan yang langsung menginformasikan kepada masyarakat khususnya pengendara dengan menggunakan spanduk iklan. Penggunaan iklan polisi merupakan salah satu cara untuk mengurangi kecelakaan lalu lintas. Spanduk ini merupakan himbuan langsung kepada pengendara ketika pengendara melewati jalan yang rawan. Selain itu, spanduk merupakan himbuan yang mudah dibaca dan cepat diingat dengan harapan jika sering melintas dan melihat spanduk tersebut maka pengemudi akan patuh dan mengikuti himbuan tersebut. Ada faktor pemicu kecelakaan, namun faktor yang paling sering terjadi adalah kesalahan dan kelalaian pengemudi. Kurangnya pengemudi dalam mengikuti dan membaca rambu-rambu lalu lintas dapat menyebabkan kecelakaan.

Menurut [7] tentang fungsi komunikasi, ditemukan bahwa humas Polres Lampung Utara berusaha melakukan fungsi untuk mengurangi resiko kecelakaan. Kegiatan tersebut adalah : 1) Messaging, humas Polres Lampung Utara dalam menginformasikan pengendara untuk mengurangi kecelakaan lalu lintas melalui spanduk, media sosial, koran dan baliho. 2) Pelatihan, cara melatih para pengemudi untuk mentaati kemacetan lalu lintas Polres Lampung Utara melakukan razia saat berkendara untuk memeriksa kelengkapan dokumen dan perlengkapan. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk melatih pengemudi agar lebih baik dalam mengikuti rambu-rambu lalu lintas dan menghindari kecelakaan serta keselamatan pengemudi. 3) Hiburan Polres Lampung Utara, kegiatan humas Polri menggunakan gambar-gambar yang unik dan menarik dalam aplikasi, yang tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga cara menyampaikan pesan dalam aplikasi dengan baik.

Komunikasi sebagai alat Komunikasi sebagai alat bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar mengadopsi nilai-nilai baru guna mengubah sikap dan perilaku menjadi lebih baik. Humas Polri menggunakan iklan untuk menyampaikan pesan kepada pengemudi agar mengubah sikap dan perilaku pengemudi agar berhati-hati dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas. Sejalan dengan upaya komunikasi yang meyakinkan dari bagian humas Polres Lampung Utara, untuk sementara ini dilakukan oleh bagian humas Polres Lampung Utara, yaitu dengan mengumpulkan informasi daerah rawan kecelakaan. Hal ini dilakukan agar spanduk atau pesan yang ditampilkan memiliki nilai lebih, sehingga pemasangan spanduk pesan keselamatan jalan tidak salah.

Humas Polres Lampung Utara menggunakan kata-kata yang tegas, singkat, sederhana dan mudah diingat serta dipahami untuk menyampaikan pesan dari spanduk tersebut, selain untuk mendata daerah kecelakaan, sehingga diharapkan para pengemudi yang melintas mengikuti pesan tersebut. dan berlalu. Humas Polres Lampung Utara dalam menggunakan alat iklan spanduk untuk mengurangi kecelakaan mobil selalu memperhatikan ciri-ciri spanduk, seperti letak spanduk, desain spanduk, jenis huruf dan ukuran spanduk, sehingga agar pengemudi tertarik untuk melihat dan membaca spanduk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, penempatan spanduk berdampak besar terhadap kemampuan pengemudi untuk melihat dan membaca spanduk. Sangat menarik untuk membaca dari pita peringatan lalu lintas apakah lokasinya mudah terlihat oleh pengemudi. Pemilihan penempatan spanduk yang baik terlihat dari bagaimana pengendara dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang oleh benda-benda di sekitar spanduk. Pada spanduk, sangat mudah untuk mengingat spanduk jika isi pesan spanduk berwarna mencolok, sehingga menarik pengemudi

untuk secara sadar membaca dan menyelesaikan aplikasi tanpa tekanan. Dapat atau tidaknya informasi yang terkandung dalam spanduk dapat diikuti tergantung pada pengemudinya, tetapi bagi orang yang mengendarai kendaraan, desain warna yang mencolok atau gambar yang unik sangat penting untuk menyampaikan pesan dengan benar. Humas Polres Lampung Utara menggunakan spanduk petisi berlatar kuning dan berhuruf merah. Gambar yang dihasilkan tergantung dari isi pesan pada spanduk tersebut. Padahal masih ada spanduk di lapangan yang masih belum jelas terbaca karena font terlalu kecil dan warna spanduk sudah pudar. Selain lokasi pemasangan spanduk dan desain warna untuk menimbulkan animo masyarakat. Humas Polres Lampung Utara juga menentukan ukuran pemasangan spanduk unjuk rasa. Ukuran spanduk yang dibuat Polres Lampung Utara adalah panjang 5 meter dan lebar 1 meter. Spanduk yang lebih besar dari itu membutuhkan gambar yang sesuai dengan isi pesan. Hal ini dilakukan agar pengemudi dapat lebih mudah membaca pesan yang diinginkan tanpa mengganggu kemampuan berkonsentrasi saat mengemudikan kendaraan.

5. Penutup

Berdasarkan penelitian ini didapat kesimpulan sebagai berikut:

- Diketahui bahwa iklan spanduk efektif untuk mengurangi kecelakaan pengendara diperlukan karakteristik spanduk seperti lokasi pemasangan spanduk, desain spanduk, ukuran font dan ukuran spanduk untuk menciptakan minat pengendara untuk melihat dan membaca spanduk.
- Diketahui bahwa humas Polres Lampung Utara memanfaatkan spanduk untuk menekan angka kecelakaan lalu lintas bagi pengendara cukup baik dan membuat pengendara lebih waspada dalam berlalu lintas dan mematuhi rambu-rambu lalu lintas.

Referensi

- Agusti, R., & Anggoro, A. D. (2021). Analisis media relations dinas Kominfo kabupaten Ponorogo (studi tentang kesesuaian isi press release pemberitaan Covid-19 di Ponorogo pada media massa). *COMMICAST*, 2(2), 133–138.
- Effendy, O. U. (2009). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Maksum, M. (2020). Hukum dan Etika Bisnis. In *Deepublish CV BUDI UTAMA* (Issue 021).
- Mukaromah, Yanuarsari, D. H., & Pratiwi, M. R. (2018). IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN RESPON KHALAYAK. *Islamic Communication Journal*. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2170>
- Nurhardian, T., Ferdiansyah, R., & Dwiyatno, S. (2015). Iklan Layanan Masyarakat Tentang Tertib Berlalu Lintas di Kota Rangkas Bitung dengan Menggunakan Adobe Premiere dan Adobe After Effect. *Journal PROSISKO*.
- Ponco, D. (2018). Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*.
- Saputri, A. A., & Fajri, C. (2021). Jogja Digital Valley's persuasive communication strategy in improving the potential of digital creative industry in Yogyakarta. *Commicast*, 2(1), 41. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i1.3148>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Wulan Sari, A. (2016). Pentingnya Ketrampilan Mendengar Dalam Menciptakan Komunikasi Yang Efektif. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1).