

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data Hasil Penelitian

Pada Bab III ini merupakan penyajian data hasil penelitian yang berhasil diperoleh peneliti di lapangan. Peneliti akan menyajikan data terkait kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya oleh Dikmas Lantas Polda DIY Melalui Program Patroli Sumbang Komunitas Tahun 2010 – 2011. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber dan dokumentasi. Data yang akan disajikan dalam bab III ini diantaranya meliputi analisis lingkungan sosial, rancangan tujuan kampanye, identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye, menentukan pesan, strategi dan taktik, pengorganisasian dan implemementasi, serta monitoring dan evaluasi.

1. Analisis Lingkungan Sosial

Kegiatan kampanye pada umumnya seperti yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY, sebelum melakukan rencana kampanye biasanya dilakukan analisis lingkungan sosial melalui riset secara mendalam terhadap lingkungan. Dalam hal ini analisis lingkungan sosial yang dimaksud dilakukan melalui riset terhadap target sasaran kampanye yaitu masyarakat Yogyakarta. Selain itu, analisis lingkungan sosial dilakukan untuk mengetahui aspek-aspek yang mendukung kegiatan kampanye dari kekuatan yang dimiliki lembaga yang bisa dimanfaatkan dalam kegiatan kampanye, menialin koordinasi dengan instansi-instansi

terkait, kerjasama dengan media dan dukungan dari pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Hasil riset digunakan sebagai dasar dari perencanaan program kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya.

Riset lingkungan sosial oleh Dikmas Lantas Polda DIY dilakukan dengan observasi, melakukan koordinasi dengan instansi pemerintahan yang ada di Kabupaten/Kota. Koordinasi dilakukan dengan melakukan pertemuan diskusi mengenai keadaan masyarakat dan menganalisis kebiasaan dari masyarakat, memberikan saran-saran tentang format/ bentuk sosialisasi yang cocok untuk digunakan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya kepada masyarakat, seperti misalnya bentuk, materi, dan kegiatan. Karena paling tidak para perangkat pemerintah tersebut sudah mempunyai gambaran tentang lingkungan masyarakatnya dan lebih memahami keadaan daerah setempat. (Hasil wawancara peneliti dengan Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY AKBP Muhammad Affandi selaku Ketua Timtek kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya, 04 Oktober 2012).

Tim yang melakukan riset kampanye tersebut adalah timsekertariat Kampanye Undang-Undang Nomor 22. Tahun 2009, serta dibantu oleh jajaran staf Dikmas Lantas Polda DIY. Demi kelancaran semua kegiatan yang akan dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY terlebih dahulu

mengurus surat perizinan dari Kantor Pemerintah Daerah. Riset ini lebih

merujuk pada masalah keadaan masyarakat dengan latar belakang yang berbeda dan kebiasaan yang berbeda pada upaya mengedukasi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 kepada masyarakat oleh Dikmas Lantas Polda DIY untuk mensukseskan kegiatan kampanye undang-undang tentang lalu lintas dan angkutan jalan raya.

Analisis lingkungan sosial salah satunya dapat ditempuh menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT dapat dideskripsikan mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari lingkungan sosial yang akan menjadi sasaran kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Hasil analisis SWOT secara rinci dapat dilihat dalam paparan di bawah ini.

a. *Strenght* (Kekuatan)

- 1) Sejalan dengan Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Pendidikan masyarakat (Dikmas) di bidang lalu lintas dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap lalulintas serta memberikan pemahaman terhadap bagaimana cara berkendara yang baik dan benar sebgai pengguna jalan. Diharapkan fungsi teknis lalu lintas sebagai ujung tombak dalam bidang pelayanan langsung kepada masyarakat, penegakkan hukum dan mampu memberikan solusi pemecahan permasalahan dibidang lalu lintas.
- 2) Sebagian besar personel Dikmas Lantas Polda DIY, adalah berasal dari masyarakat setempat (Local Boy for the local Job), sehingga memudahkan dalam penerapan Program Patroli Sambang Komunitas

3) Sarana dan prasarana Dikmas Lintas Polda DIY yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional polantas guna melayani masyarakat sudah memadai, walaupun masih perlu dilakukan peningkatan baik kualitas maupun kuantitas.

b. Weakness (Kelemahan)

Aspek *weakness* (kelemahan) dapat dilihat dari sebagai faktor yang digerakkan secara internal bersifat khusus terhadap organisasi, yang meliputi:

- 1) Program-program yang diadakan tidak menjangkau keseluruhan masyarakat di wilayah tugas Dikmas Lintas Polda DIY.
- 2) Proses kegiatan masih berjalan dengan lambat karena pihak yang membantu hanya sedikit.
- 3) Indonesia masih kalah bersaing dengan luar negeri dalam hal teknologi, sehingga menyebabkan kurangnya penyampaian informasi yang jelas tentang keselamatan di jalan.
- 4) Sarana dan media komunikasi untuk mempromosikan gerakan ini masih kurang disosialisasikan dan kurang menarik.
- 5) Sarana dan perasana publik yang kurang memadai, seperti trotoar jalan yang berubah fungsi menjadi tempat parkir, lapak kaki lima dan juga *traffic light* yang dirasakan masih kurang di wilayah-wilayah tertentu, adanya sejumlah kerusakan jalan seperti jalan berlubang, dan lain-lain.
- 6) Polisi sebagai pengawas keselamatan dan panutan kurang memainkan perannya dengan baik dan mendapatkan stigma buruk dari masyarakat karena beberapa oknum yang melanggar peraturan yang ada

c. *Opportunity* (Peluang)

Dengan suksesnya gerakan ini, diharapkan masyarakat Jogjakarta memiliki kesadaran dan kepedulian yang lebih akan keselamatan di jalan dan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku dalam berlalu lintas. Dengan meningkatnya kewaspadaan masyarakat di jalan harapan mewujudkan keamanan keselamatan ketertiban dan cara berlalu lintas (*Kamseltibcar lantas*), sehingga terjadi kestabilan laju perekonomian, maupun sosial dan budaya. Faktor Pendukung suksesnya implementasi Program patroli Sambang Komunitas oleh Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya di Yogyakarta meliputi:

- 1) Pentingnya nyawa dan keselamatan tiap individu sehingga harus dijaga dengan baik.
- 2) Adanya fungsi polisi sebagai pengawas keselamatan berlalu lintas
- 3) Banyaknya program keselamatan jalan yang ditujukan untuk seluruh elemen masyarakat.
- 4) Kesadaran masyarakat terhadap keselamatan dalam berkendara dapat ditingkatkan dengan adanya pengadaan program.
- 5) Adanya keterpaduan antar aparat penegak hukum dalam berbagai penanganan masalah lalu lintas yang terjadi.
- 6) Partisipasi publik dalam setiap upaya Perpolisian termasuk kesediaan

... dalam menangani setiap masalah yang terjadi khususnya di bidang

d. *Threat* (Ancaman)

Faktor yang dapat dipandang sebagai *threat* (ancaman) terhadap implementasi Program patroli Sambang Komunitas oleh Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya di Yogyakarta meliputi:

- 1) Terjadinya korupsi dalam pemerintah yang menyebabkan anggaran untuk menyelenggarakan program-program ini terhambat.
- 2) Adanya persepsi negatif bahwa program-program seperti ini membosankan dan tidak menarik, sehingga ketika dilaksanakan masyarakat hanya menganggapnya sebagai angin lalu.
- 3) Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor yang tidak sebanding dengan perkembangan lebar dan panjang ruas jalan yang tersedia
- 4) Meningkatnya kepemilikan kendaraan bermotor tidak disertai dengan peningkatan perilaku kedisiplinan berkendara.

Berdasarkan hal di atas, Dikmas Lantas Polda DIY sebagai lembaga pemerintah yang bertugas untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya, merasa perlu melakukan kampanye sebagai upaya untuk mensukseskan kegiatan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 dengan mengedukasi masyarakat agar masyarakat siap memahami isi

dan undang-undang tersebut dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari

2. Rancangan Tujuan Kampanye

Langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY setelah melakukan riset adalah merancang tujuan kampanye. Penentuan tujuan kampanye merupakan bagian dari perencanaan kampanye, karena sebelum melaksanakan kegiatan kampanye maka idealnya dilakukan perencanaan secara matang, termasuk diantaranya merancang tujuan kampanye secara terstruktur. Perencanaan kegiatan kampanye dirancang berdasarkan riset yang telah dilakukan. Dengan melihat hasil riset maka pihak Dikmas Lantas Polda DIY dapat merumuskan langkah-langkah yang dapat diambil agar dapat tercapai tujuan yang diharapkan.

Seperti halnya dengan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya, kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY bersifat terpusat. Polri telah merancang dan merencanakan kegiatan kampanye untuk digunakan sebagai pedoman oleh Dikmas Lantas Polda di seluruh Indonesia. Akan tetapi, Dikmas Lantas Polda diberi kebebasan melakukan perencanaan kegiatan kampanye sesuai dengan keadaan masyarakat di daerah masing-masing, namun tetap harus sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh Polri. Perencanaan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya di Yogyakarta Tahun dilakukan pada saat rapat tim sekretariat kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Kegiatan rapat tersebut diadakan

yang berkaitan dengan pelaksanaan kampanye dan juga masalah pengalokasian dana kampanye. Perencanaan kegiatan kampanye nantinya disesuaikan dengan dana yang berasal dari pemerintah. (Hasil wawancara peneliti dengan Bripka Atin Indranata selaku tim sekretariat kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, tanggal 11 oktober 2012).

Tahap perencanaan yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY dalam kegiatan kampanye yang akan dilakukan terkait dengan upaya mengedukasi dan menginformasikan tentang kegunaan memahami dan menaati aturan-aturan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya. Tahap awal perencanaan yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY dengan merumuskan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya. Kegiatan kampanye tersebut sangat penting, sehingga diupayakan agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar dan seluruh masyarakat dapat memahami dan melaksanakan tata tertib berlalu-lintas sebagaimana telah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya. Untuk mendukung keberhasilan sosialisasi dan implementasi undang-undang tersebut, maka pemerintah perlu melakukan kampanye untuk menginformasikan dan mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan kegunaan undang-undang tersebut agar saat undang-undang tersebut telah disyahkan secara luas, maka masyarakat sudah siap dengan segala konsekuensinya. Dalam wawancara penelitian 9

Muhammad Affandi selaku Ketua Timtek kampanye menjelaskan sebagai berikut:

“Tujuan yang hendak dicapai dari kegiatan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 melalui program patroli Sambang Komunitas adalah untuk menumbuhkan pengertian dan keikutsertaan masyarakat aktif dalam usaha menciptakan keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas, baik pengendara sepeda motor dan mobil maupun orang disekitarnya. Pada Konsep Tujuan utama dari kampanye/program patroli Sambang Komunitas tersebut sejalan dengan apa yang menjadi tujuan dari Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu lintas dan Angkutan Jalan adalah:

1. Terwujudnya pelayanan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang aman, selamat, tertib, lancar, dan terpadu dengan moda angkutan lain untuk mendorong perekonomian nasional, memajukan kesejahteraan umum, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, serta mampu menjunjung tinggi martabat bangsa;
2. Terwujudnya etika berlalu lintas dan budaya bangsa; dan
3. Terwujudnya penegakan hukum dan kepastian hukum bagi masyarakat.” (Wawancara dengan Muhammad Affandi, tanggal 9 Oktober 2012).

Dengan ditetapkannya tujuan tersebut maka masyarakat diberi pengertian dan juga pengetahuan tentang Kamseltibcar Lantas. Pendidikan masyarakat lalu lintas (Dikmas) adalah faktor yang sangat penting guna menunjang pencapaian Kamseltibcar Lantas. Dikmas Lantas dimaksudkan untuk mengetuk hati dan mengajak masyarakat dengan berperan serta dalam menciptakan Kamseltibcar Lantas. Ada beberapa hal yang ingin dicapai melalui penetapan tujuan kampanye tersebut, yakni:

- a. Melalui sosialisasi ini dimaksudkan mampu meningkatkan kesadaran tiblantas.
- b. Pengendara sepeda motor juga dihimbau menyalakan lampu di siang

- c. Kasat Lantas menuturkan, selain membagikan ribuan brosur tiblantas, juga dilakukan pemasangan spanduk yang berisi himbauan berhati-hati terutama di kawasan atau titik rawan terjadinya kecelakaan.
- d. Juga digelar sosialisasi tiblantas dengan melibatkan institusi pendidikan.
- e. Kasat Lantas menambahkan, peningkatan kesadaran berlalu-lintas juga dilaksanakan di layanan publik, sehingga melalui serangkaian kegiatan yang digelar bisa mendorong kesadaran masyarakat dalam mematuhi aturan tertib berlalu-lintas.

3. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran Kampanye

Langkah selanjutnya yang diambil Dikmas Lantas Polda DIY dalam upaya mengedukasi masyarakat pada program patroli Sambang Komunitas untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, setelah menentukan tujuan yang ingin dicapai adalah melakukan identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye tersebut. Dilihat dari segi geografis, kegiatan kampanye sosial pada program patroli Sambang Komunitas tidak memfokuskan pada satu wilayah, tetapi mencakup masyarakat di seluruh wilayah kerja Polda DIY. Khalayak sasaran kampanye sosial dari segi demografis meliputi seluruh warga masyarakat. Secara rinci, sasaran kampanye/program patroli Dikmas Lantas Sambang Komunitas meliputi: Sasaran utama kampanye/ program patroli Dikmas Lantas Sambang Komunitas adalah komunitas-komunitas yang ada di dalam masyarakat, tepatnya komunitas yang berhubungan langsung dengan keamanan, keselamatan, ketertiban dan cara berlalu lintas (*kamseltibcar*

komunitas motor, mobil, sepeda, komunitas-komunitas supir taksi, angkutan bis, ojek, andong dan becak.

Terkait dengan identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya., Dikmas Lantas Polda DIY melakukan segmentasi sasaran kampanye dengan mempertimbangkan aspek-aspek di bawah ini:

- a. Geografis, yakni berkaitan dengan membagi dari wilayah dari sekolah, kampus dan masyarakat umum, maupun komunitas- komunitas.
- b. Demografis, yakni berkaitan dengan pembagian khalayak dari pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum serta komunitas.
- c. Psikografis, yakni dilakukan dengan melihat sikap, motivasi, persepsi, serta nilai budaya yang dianut oleh target sasaran.
- d. Kebiasaan dari target sasaran, yakni dilakukan dengan melihat gaya hidup dari khalayak.

4. Menentukan Pesan

Pada tahap menentukan pesan pertama-tama Dikmas Lantas Polda DIY terlebih dahulu membuat ide atau gagasan yang merujuk pada ide sentral kampanye, yang merupakan hal utama yang ingin disampaikan kepada khalayak sarasannya. Gagasan kampanye/program patroli Sambang Komunitas adalah bahwa Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya itu penting, bertujuan untuk melindungi masyarakat dalam berlalu-lintas secara aman. Gagasan tersebut diharapkan mampu menjelaskan tentang kegiatan kampanye/program

Dalam penyusunan pesan dalam kampanye tersebut disampaikan juga bahwa slogan Dikmas Lantas adalah “Mewujudkan lalu-lintas dan angkutan jalan yang lebih beramartabat”. Dalam slogan tersebut terkandung ajakan kepada seluruh pemangku kepentingan serta seluruh masyarakat untuk peka dan peduli terhadap keselamatan dalam keselamatan berlalu lintas. Slogan tersebut juga mengandung spirit bahwa tatkala semua mempunyai spirit untuk menjadi pelopor dalam bidang keselamatan berlalu lintas maka akan terbangun kesadaran, disiplin dan tanggung jawab baik berawal dari perorangan hingga kelompok masyarakat untuk selalu mentaati peraturan perundang-undangan lalu lintas angkutan jalan. Membudayakan tertib berlalu lintas dan menghormati pemakai/pengguna jalan lainnya sehingga perilaku dalam berlalu lintas dapat dijadikan tauladan dan menginspirasi, mendorong untuk selalu mengutamakan keselamatan sehingga menjadi suatu kebutuhan. (Hasil wawancara peneliti dengan Bripka Atin Indranata selaku tim sekretariat kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, tanggal 11 Oktober 2012).

5. Strategi dan Taktik Kampanye

Untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, Dikmas Lantas Polda DIY memerlukan strategi dan taktik kampanye yang tepat. Salah satu strategi yang dipertimbangkan adalah menentukan komunikator atau sumber daya manusia yang tepat dalam kegiatan kampanye yang dilakukan.

Dikmas Lantas Polda DIY membentuk tim Patroli Sambang Komunitas

sebagai komunikator dalam kegiatan kampanyenya. Dukungan dan peran

serta seluruh anggota tim tersebut diperlukan untuk mengkomunikasikan Program patroli Sambang Komunitas oleh Dikmas Lantas Polda DIY dalam Mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya di Yogyakarta.

Pelaksanaan kegiatan kampanye sosial yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY selalu menggunakan anggota kesatuannya, mulai dari Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY AKBP Muhammad Affandi hingga staf-staf lainnya sebagai komunikator/ sumber daya manusia dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Dikmas Lantas Polda DIY tidak mengkhuskan komunikator-komunikator pada setiap program kegiatan kampanye. Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY hanya menjadi komunikator pada program-program kampanye sosial tertentu yang dianggap penting. Selebihnya untuk program kegiatan kampanye lainnya Dikmas Lantas Polda DIY cukup mengerahkan beberapa staf anggota kesatuan Dikmas Lantas Polda DIY. Komunikator dalam beberapa aktivitas kampanye sosial yang merupakan penyampai materi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tidak hanya berasal dari internal staf Dikmas Lantas Polda DIY, tetapi dalam beberapa kesempatan juga menghadirkan beberapa narasumber sebagai pendamping untuk menguatkan informasi agar lebih bisa diterima oleh masyarakat. (Hasil wawancara peneliti dengan Bripta Atin Indranata selaku tim sekretariat kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, tanggal 8 Februari, 2013).

Strategi dan taktik lainnya dalam sebuah kegiatan kampanye sosial

adalah menentukan media yang tepat. Dalam aktivitas kampanye Undang-

Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentunya membutuhkan media yang merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat sasaran. Pemilihan media kampanye oleh Dikmas Lantas Polda DIY lebih mementingkan pada segmentasinya dan kemudian dana yang menjadi bahan pertimbangan kedua.

Dalam melakukan kegiatan sosialisasi Dikmas Lantas Polda DIY memilih untuk menggunakan media cetak, media elektronik dan media internet. Media-media tersebut digunakan untuk menyampaikan kampanye sosial kepada khalayak karena termasuk media umum yang sudah sering dijumpai oleh khalayak. Sehingga akan mempermudah Dikmas Lantas Polda DIY dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak dalam kegiatan kampanyenya. Selain itu, media tersebut juga mudah dijangkau karena masyarakat dapat mengonsumsi media tersebut tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Pihak Dikmas Lantas Polda DIY telah menyesuaikan biaya untuk mengadakan kampanye di media tersebut sesuai dengan alokasi dana yang ada yang sudah dianggarkan setiap tahun oleh negara.

Dalam melakukan sosialisasi di media Dikmas lantas melakukan kerja sama dengan Jasa Raharja, Radio Istakalisa 96,2 FM, dan menggunakan jaringan Traffic Management Centre (TMC) Yogyakarta. Hal ini dijelaskan dalam wawancara dengan Bripka Atin Indranata selaku tim sekretariat kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, tanggal 18 Februari, 2013 sebagai berikut

"Kami sangat mengerti dalam menjalankan sosialisasi ini penggunaan media sangatlah penting selain melakukan sosialisasi

langsung terhadap target, diantaranya kami bekerja sama dengan Radio Istakalisa 96,2 FM dengan harapan mereka mampu membantu kami dalam mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya menjadi lebih berfariasi dan lebih tepat sasaran” (Wawancara dengan Bripka Atin Indranata, tanggal 18 Februari, 2013)

Dikmas Lantas Polda DIY juga memanfaatkan mobil penerangan yang digunakan untuk melakukan kampanye tersebut dalam berbagai komunitas masyarakat sebagai upaya dan Inovasi dalam memberikan penerangan, penyuluhan maupun program marketing Dikmas Lantas Polda DIY, dalam rangka sosialisasi Undang-Undang No 22 / 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

6. Pengorganisasian dan Implementasi

Dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Pihak Dikmas Lantas Polda DIY melakukan pengorganisasian sebelum kampanye program dijalankan. Pengorganisasian merupakan alat untuk memadukan (sinkronisasi) dan mengatur semua kegiatan yang ada kaitannya dengan kampanye.

Pengorganisasian dilakukan melalui kekerjasama dengan instansi-instansi terkait, seperti Dinas Perhubungan, Jasa Raharja, media dan LSM, serta bekerjasama dengan sektor bisnis yang ada di Jogjakarta, seperti dealer-dealer motor dan mobil. Kegiatan kampanye juga dilakukan petugas dilapangan dengan cara memberikan himbauan melalui isyarat dan juga mendatangi pengguna jalan di lampu-lampu *traffic light*.

Adapum pengorganisasian dan implementasi program kampanye

a. Kegiatan-kegiatan penerangan masyarakat umum oleh Dikmas Lintas Polda DIY

1) Penerangan masyarakat

Kegiatan Penerangan Masyarakat adalah kegiatan komunikasi berisi keterangan-keterangan, gagasan atau kebijaksanaan yang disertai pesan atau anjuran dengan maksud menjelaskan, mendidik dan mempengaruhi atau mengajak agar penerima pesan bersedia bersikap dan bertindak sesuai harapan.

Kegiatan Penerangan Masyarakat dilakukan oleh Dikmas Lintas Polda DIY bertujuan untuk mencari dukungan dan menjalin koordinasi dengan pihak-pihak tertentu. Kegiatan ini dilakukan untuk mempermudah Dikmas Lintas Polda DIY untuk bergerak ke bawah menjangkau masyarakat. Tugas pokok kegiatan penerangan masyarakat meliputi:

- a) Memberikan penjelasan, keterangan, data dan informasi, administrasi lalu lintas serta pengetahuan lalu lintas kepada intern Polri atau kepada masyarakat umum dengan persetujuan pimpinan
- b) Menumbuhkan pengertian dan kesadaran pemakai jalan untuk disiplin dan tertib berlalu lintas dalam rangka keselamatan berlalu lintas
- c) Membekali pengetahuan masyarakat pengguna jalan tentang perkembangan peraturan tata cara berlalu lintas, pengurusan administrasi lalu lintas

Kegiatan Penerangan Masyarakat dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY harus direncanakan sebaik mungkin, termasuk menyiapkan sarana dan prasarana maupun penyusunan urutan kegiatan yang secara rinci meliputi:

a) Menyiapkan sarana dan prasarana

- (1) Laptop
- (2) Infokus
- (3) Sound system
- (4) Laser pen
- (5) Kendaraan
- (6) Kamera

b) Urutan kegiatan

- (1) Briefing
- (2) Koordinasi dengan pemangku kepentingan di lokasi penting
 - (a) Jumlah peserta
 - (b) Menentukan waktu, hari, tanggal dan tempat

c) Pelaksanaan penerangan masyarakat:

- (1) Peraturan Lalu Lintas
- (2) Prosedur Pengurusan Administrasi SIM, STNK, BPKB
- (3) Data gar, laka lintas
- (4) Rencana Ops Lantas

a) Ditlintas Polda DIY bekerjasama dengan UPN menggelar sosialisasi UU No. 22 tahun 2009

Sebagai langkah awal telah digelar seminar sehari dan apel besar masyarakat pecinta tertib lalu lintas di lapangan soft ball utara gedung rektorat kampus condongcatur UPN "Veteran" Yogyakarta 19 Desember 2009. Kegiatan yang diikuti oleh berbagai elemen masyarakat tersebut bertujuan memelopori kesadaran pengguna jalan agar memperhatikan kepatuhan, etika dan disiplin guna mewujudkan serta memelihara keselamatan, keamanan, ketertiban, dan kelancaran dalam berlalu lintas.

Sebagai bentuk komitmen bersama dalam menciptakan budaya tertib berlalulintas, ditengah acara tersebut dilakukan penandatanganan kerjasama antara Polda DIY dengan instansi terkait seperti Dikpora DIY, Dinas kesehatan DIY, serta media cetak dan media elektronik. Tak hanya itu sejumlah elemen masyarakat juga mulai dari klub otomotif, persatuan taxi, tukang ojek, parker, pelajar, mahasiswa serta masyarakatb umum turut membubuhkan tandatangan pada selemba kain sebagai bentuk dukungan. Mengusung tema "Mewujudkan lalu-linta dan angkutan jalan yang lebih beramartabat". Acara ini juga dimeriahkan berbagai kegiatan mulai dari City Touring yang diikuti oleh ratusan anggota Jogja Otomotif Club, Safety Driving, Safety Riding, pentas musik,

b) Dit Lantas Mengadakan Gelar Panggung Simpatik Progo 2010

Pada tanggal 29 Juni 2010 di Plataran Parkir Benteng Vendeburg Yogyakarta Dikmas Lantas Polda D.I.Yogyakarta menggelar Panggung Mitra Simpatik Progo 2010, yaitu kegiatan panggung musik dengan memberdayakan Bus Penerangan Keliling yang disiarkan langsung melalui Radio Istakalisa 96,2 FM dalam rangka mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Kegiatan On Air Radio Istakalisa ini diisi dengan dialog maupun menyapa para pendengar Radio Istakalisa maupun pengunjung yang hadir di Plataran Parkir Benteng Vendeburg Yogyakarta. Kegiatan tersebut dikemas melalui kesenian dan menghadirkan beberapa komunitas sebagai bentuk kemitraan lalu lintas, dalam kegiatan siaran langsung dengan menyisipkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) antara lain:

- 1) penggunaan Helm SNI
- 2) penyelenggaraan Fun Bike Online Bhayangkara ke-64
- 3) menyalakan lampu siang hari
- 4) kampanye untuk tidak cepat-cepat pada rambu-rambu lalu lintas



Gambar 1
Gelar Panggung Simpatik Progo di Plataran Parkir Benteng
Vendeburg Yogyakarta 29 Juni 2010

Panggung Musik Mitra Simpatik Progo 2010 dengan menampilkan Manggala Band, Indie Band (The Jagle), Gitar Tunggal Regge (Sanggar Pratista) disela-sela lagu diisi dengan iklan layanan masyarakat tentang kampanye Undang-Undang Nomor 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Kegiatan tersebut juga diselengi dengan sosialisasi *safety riding* yang diselenggarakan oleh Dikmas Lantas Polda DIY. Tujuan *safety riding* adalah bagaimana keselamatan berkendara di jalan raya sehingga aman dan etika dalam berlalu lintas di jalan dapat dimengerti dan dipahami oleh semua pengguna jalan dalam mewujudkan *Kemaltihan Lantas yang kondusif*

c) Kegiatan Bimbingan dan penyuluhan kepada Seniman peserta Festival Kesenian Yogyakarta yang sedang menggelar pameran lukisan di Beteng Vredeburg

Pendekatan masyarakat Yogyakarta yang majemuk dan kota seni berbudaya haruslah pendekatannya dengan kultur sehingga sasaran yang ingin dicapai dapat terlaksana dengan maksimal. Pendekatan budaya yang dimaksud adalah pendekatan dengan budayawan yang telah mengetahui karakteristik masyarakat Yogyakarta. Dengan demikian maka proses kampanye tidak serta merta dengan sistim sosialisasi dengan mengumpulkan orang untuk diceramahi, berdasarkan pemikiran tersebut maka pihak Dit Lantas Polda DIY berinisiatif melakukan kegiatan bimbingan dan penyuluhan kepada seniman peserta Festival Kesenian Yogyakarta yang sedang menggelar pameran lukisan di Beteng Vredeburg pada bulan September 2010.



Gambar 2

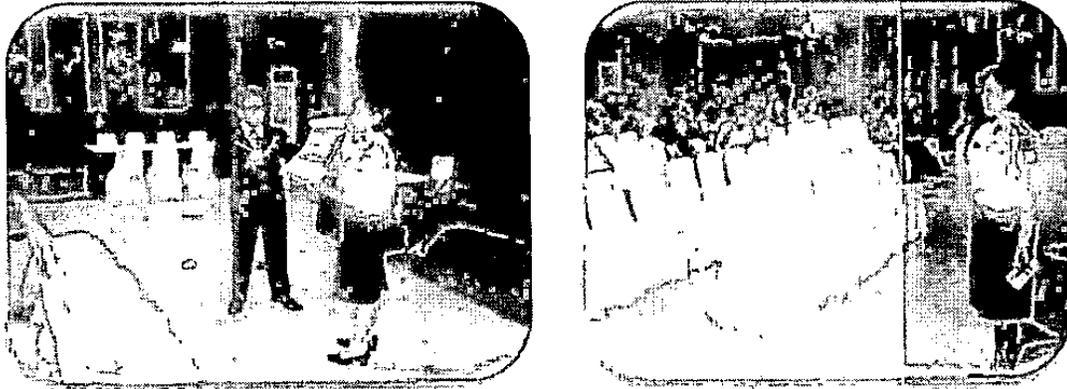
Kegiatan Bimbingan dan penyuluhan kepada Seniman peserta Festival Kesenian Yogyakarta yang sedang menggelar pameran lukisan di Beteng Vredeburg pada bulan September 2010.

Kegiatan tersebut dimanfaatkan oleh Dit Lantas Polda DIY untuk berdiskusi dengan seniman tentang lalu lintas dikaitkan dengan peradapan budaya Yogyakarta. Ada keharmonisan antara pola pikir Polisi dan budayawan sehingga dipandang perlu menemukan metode Dikmas Lantas diantaranya melalui sentuhan budaya sesuai karakteristik daerah. Dit Lantas Polda DIY juga untuk menitipkan pesan kepada para seniman untuk disampaikan kepada masyarakat terkait tentang Undang-Undang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan bahwa didalam undang-undang tersebut telah diamanatkan dalam menjunjung tinggi martabat bangsa, esensinya adalah bagaimana budaya berlalu lintas di jalan raya lebih berbudaya sehingga dapat terwujudnya budaya Yogyakarta.

d) Kegiatan Bimbingan dan penyuluhan kepada konsumen PT. Sumber Bahtera Motor Nasmoco di Graha Sarina Vidi Yogyakarta

Dikmas Lantas Polda DIY melakukan giat sosialisasi UU No. 22 tahun 2009 kepada para konsumen PT. Sumber Bahtera Motor Nasmoco di Graha Sarina Vidi Yogyakarta November 2011. Dalam kegiatan tersebut, Kasi Dikmas Kompol Sulasmi, SH bertindak sebagai narasumber dalam acara ini hadirin diberi pemahan tentang dengan UU No. 22 tahun 2009 dan etika berlalu lintas berlu lintas yang benar, seperti menyalakan lampu, memkai

jawab seputar lalu lintas selain itu juga diadakan kuis seputar lalu lintas yang bisa menjawab mendapatkan souvenir.



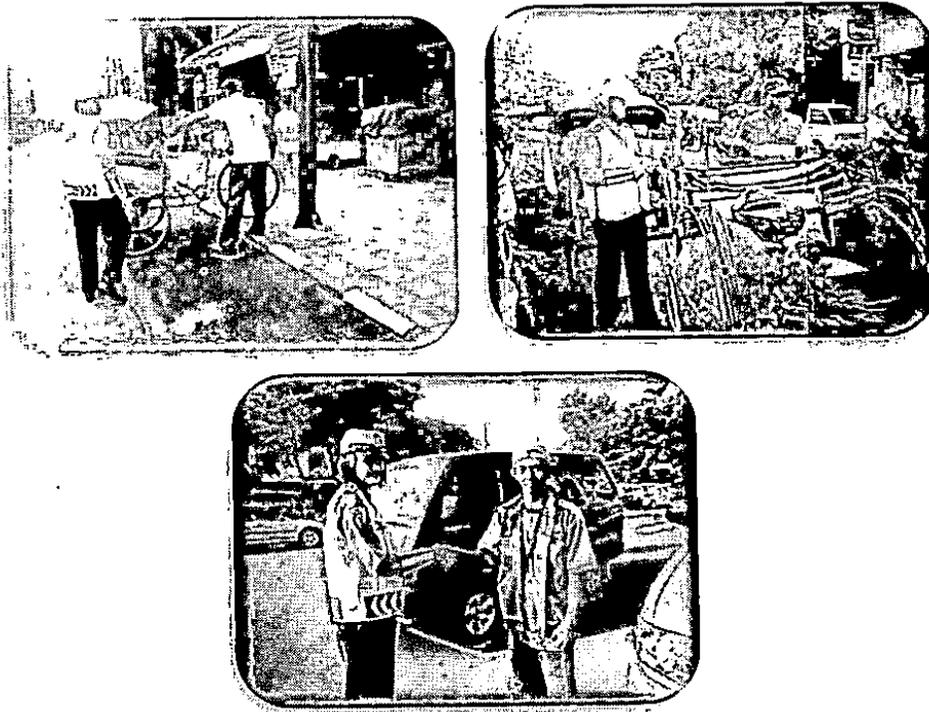
Gambar 3

Giat Sosialisasi UU No. 22 tahun 2009 kepada para Konsumen PT. Sumber Bahtera Motor Nasmoco di Graha Sarina Vidi Yogyakarta. November 2011

e) Giat penling tibcar lantast (penerangan lingkungan tertib lalulintas) di kawasan Malioboro.

Dalam kegiatan penling tibcar lantast (penerangan lingkungan tertib lalulintas) di kawasan Malioboro dikmas terjun langsung kelapanagan dalam memberikan pengarahant dan berdialaog dengan tukang parkir, becak dan juga pengunjung yang ada dikawasan Malioboro tentang lalu lintas walaupun kigiatan ini lebih difokuskan kepada petugas parkir dan becak.

Dalam giat penling tibcar lantast ini tukang parkir dan becak di berikan penyuluhan untuk selalui menjaga ketetapan lalu lintas, tidak parkir sembarang tempat, untuk petugas parkir juga diberi



Gambar 4
Giat Penling Tibcar Lantas di Kawasan Malioboro Tanggal 22
Oktober 2011

2) Melakukan penyuluhan di berbagai masyarakat terorganisir di wilayah kerja Dikmas Lantas Polda DIY

a) Kegiatan sosialisasi Polisi sahabat anak

Polsanak (Polisi Sahabat Anak) adalah kegiatan pendidikan lalu lintas terhadap usia dini dan pelajar TK, SD, SLTP melalui saluran (media) komunikasi tertentu.

Tujuan sosialisasi Polisi Sahabat Anak untuk menghilangkan imej negatif anak-anak yang selama ini takut kepada polisi, juga untuk mengenalkan rambu-rambu lalulintas sejak dini kepada anak dan lebih mendekatkan anak-anak kepada polisi supaya lebih akrab. Tugas pokok kegiatan polsanak meliputi:

(1) Memberikan dasar-dasar pengetahuan lalu lintas kepada anak

- (2) Menumbuhkan pengertian dan kesadaran pelajar TK, SD dan SLTP tentang keselamatan berlalu lintas
- (3) Membekali pengetahuan pelajar TK, SD dan SLTP pengenalan rambu-rambu lalu lintas
- (4) Menumbuhkan kecintaan pelajar TK, SD dan SLTP terhadap Polantas.

Dikmas Lantas Polda DIY dalam menjalankan kegiatan polsanak telah dipikirkan dan direncanakan secara matang, termasuk diantaranya menyiapkan sarana dan prasarana yang meliputi:

- (1) Laptop
- (2) Infokus
- (3) Sound system
- (4) Laser pen
- (5) Kendaraan
- (6) Kamera

Sedangkan urutan kegiatan polsanak meliputi:

- (1) Briefing
- (2) Koordinasi dengan pemangku kepentingan
 - (a) Jumlah peserta
 - (b) Menentukan waktu, hari, tanggal dan tempat
- (3) Pelaksanaan pendidikan lalu lintas
 - (a) Pengenalan rambu-rambu lalu lintas
 - (b) Bernyanyi dan mewarnai nuansa lalu lintas

(c) Tata cara berlalu lintas yang baik dan benar

(d) Keselamatan berlalu lintas

(e) Lomba menebak arti rambu lalu lintas

Kegiatan Polsanak (Polisi Sahabat Anak) diantaranya:

(1) Kegiatan Polsanak di TK (Taman Kanak-Kanak)

Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk tertib berlalu lintas sejak usia dini. Caranya, anak-anak diberikan pengetahuan tentang rambu-rambu lalu lintas dan tertib berlalu lintas di jalan raya.

Materi sosialisasi yang diberikan kepada anak-anak TK berupa pengenalan rambu-rambu lalu lintas, cara menyeberang jalan yang aman, penyampaian materi sosialisasi juga menggunakan metode bernyanyi, permainan, kuis serta ikut mempraktekkan rambu-rambu lalu lintas.

Contohnya seperti Dit Lantas Polda DIY adalah melakukan giat PSA TK se-Kelurahan Minomartani pada tanggal 11 Januari 2011 di dalam kantor Kelurahan Minomartani. Dit Lantas Polda DIY juga melakukan kegiatan giat open house bersama TK Primagama di halaman Dit Lantas Polda DIY 26 Januari 2011. Kegiatan serupa juga diadakan di TK Titis Sivi Mloti pada tanggal 24 Januari 2011



Gambar 5
Giat PSA TK se-Kelurahan Minomartani tanggal 11 Januari 2011



Gambar 6
Giat open house bersama di TK Tirto Siwi Mlati 24 Januari 2011



Gambar 7
Giat open house bersama TK Primagama di halaman
Dit LantaspoldaDIY 26 Januari 2011

(2) Dikmas Dit Lantaspolda DIY Sosialisasi di SLTP

Kegiatan ini mengajak para siswa untuk mengenal dan

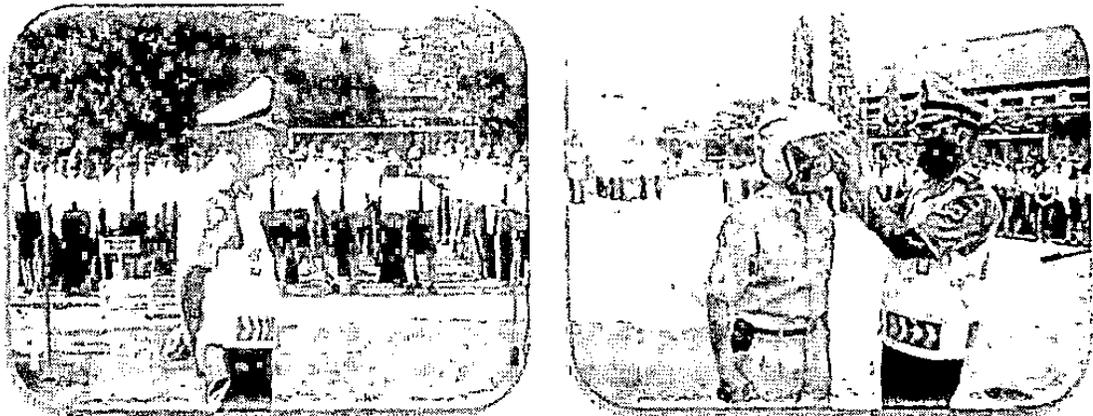
angkutan jalan bahwa UU No 22 Tahun 2009 tentang Lalu lintas dan angkutan jalan dibuat untuk menciptakan keamanan, mengatur, memberikan perlindungan hukum bagi pengguna jalan raya. Selain itu Materi sosialisali yang diberikan kepada siswa di SLTP berupa Pengenalan rambu-rambu lalu lintas, Tata cara berlalu lintas yang baik dan benar dan keselamatan dalam berlalu lintas.

Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY AKBP Muhammad Affandi menjelaskan, pentingnya sosialisasi pada tingkat pelajar dilaksanakan, sebab sebagian besar siswa sudah bisa mengendarai sepeda motor dan di rumah juga memiliki sepeda motor. Oleh karena itu, sebagi pelajar harus mengetahui tata tertib berlalu lintas, seperti memiliki kelengkapan surat sepeda motor, memakai helm serta mengetahui rambu-rambu lalu lintas, Remaja juga masih suka kebut-kebutan di jalan raya sehingga hal ini selain membahayakan diri sendiri tetapi juga membahayakan pengguna lalu lintas yang lain.

Kegiatan tersebut dilakukan di SMP Negeri 1 Yogyakarta. Kegiatan tersebut diadakan berbarengan dengan upacara bendera di halaman sekolah tersbut dalam upacara bendera itu dipimpin langsung oleh Kasubdit Dikyasa

Dit. 4. Polda DIY dalam sambutannya Kasubdit Dikyasa

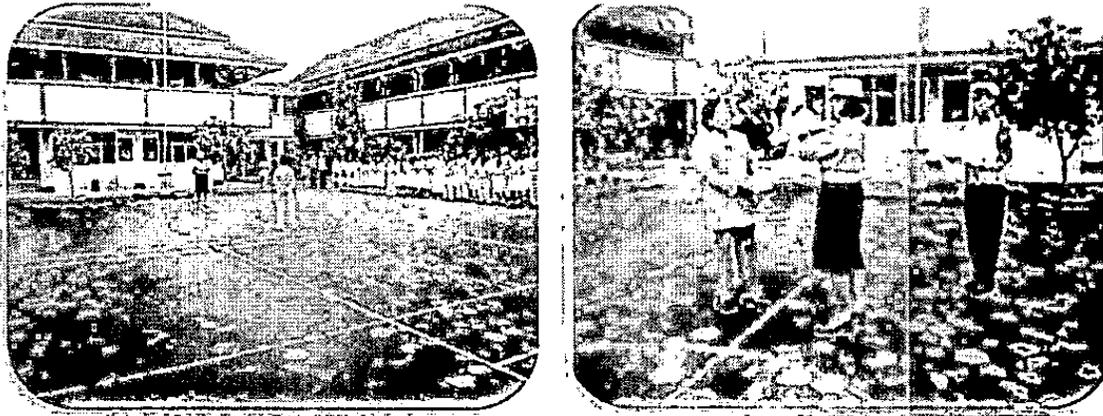
mensosialisasikan UU No 22 Tahun 2009 tentang Lalu lintas dan angkutan jalan. Dalam kegiatan tersebut, tim Dikmas Dit Lantas Polda DIY juga memberikan souvenir berupa helm dan buku komik “tertib berlalu lintas” untuk SMPN I Yogyakarta.



Gambar 8
Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY Memberikan Penyuluhan Etika Berlalu Lintas Kepada Para Siswa SMPN Yogyakarta, dan memberikan souvenir helm kepada salah satu Guru. 03 January 2011

(3) Dikmas Dit Lantas Polda DIY Sosialisasi di SD

Kegiatan serupa juga diadakan di SDN Tegalrejo I. Dalam kegiatan tersebut, tim DikmasLantas Polda DIY juga memberikan pengarahan kepada siswa SDN Tegalrejo tentang pengetahuan rambu-rambu lalulintas dan tertib berlalulintas, tim DikmasLantas juga memberikan souvenir kepada kepala sekolah SDN Tegalrejo I berupa kalender himbauan tibar lantar tahun 2011 dan buku komik “Budaya Tertib Berlalu



Gambar 9

Tim Dimasdit Lantas Polada DIY Diwakili Kasi Dikmas memimpin upacara dan memberikan Souvenir Kepada Kepala Sekolah SD Tegal Rejo 1 berupa kalendar himbawan Tibcar Lantas dan Buku Komik “Budaya Tertib Lalulintas” 31 January 2011.

b. Pelatihan Dikmas Lantas

Pelatihan dikmas lantas adalah kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk menumbuhkan pengertian, dukungan dan keikutsertaan masyarakat aktif dalam usaha menciptakan keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas. Tugas pokok kegiatan pelatihan dikmas lantas meliputi:

- 1) Membekali pengetahuan dan keterampilan anggota dikmas dibidang pelayanan dikmas lantas dalam rangka mewujudkan pelaksanaan tugas secara professional
- 2) Meningkatkan kualitas potensi-potensi masyarakat seperti PKS, Saka Bhayangkara Krida Lantas, BKLL, Supeltas, Satpam, Linmas, Instansi Terkait, Mitra, Club Automitive tentang cara pengaturan lalu lintas

3) Membina potensi-potensi masyarakat menjadi masyarakat pencinta

- 4) Mendidik Potensi Masyarakat sebagai sukarelawan pengatur lalu lintas di lingkungannya
- 5) Menjalin koordinasi dan kemitraan dalam penanganan dan pemecahan permasalahan lalu lintas.

Dalam kegiatan pelatihan ini pihak dikmas lintas melakukan sejumlah persiapan yang meliputi:

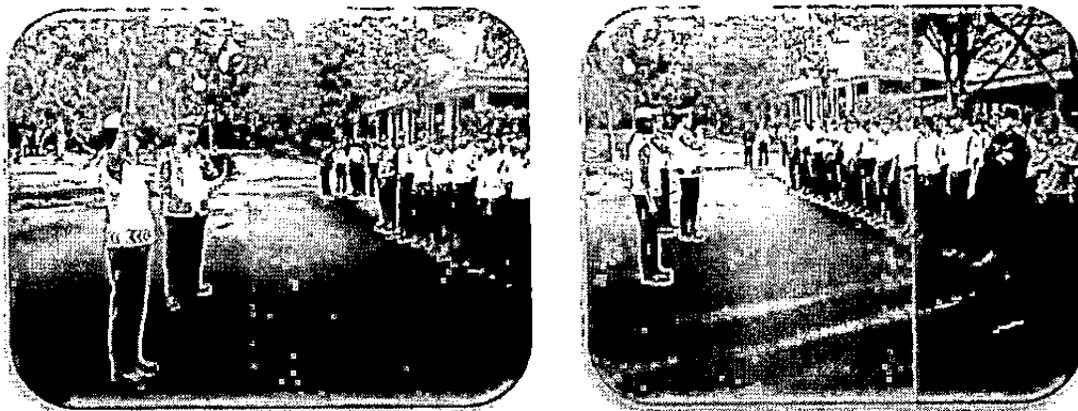
- 1) Menyiapkan sarana dan prasarana
 - a) Laptop
 - b) Infokus
 - c) Sound system
 - d) Laser pen
 - e) Kendaraan
 - f) Kamera
- 2) Urutan kegiatan
 - a) Briefing
 - b) Koordinasi dengan instruktur, panitia
 - (1) Jumlah peserta
 - (2) Menentukan waktu, hari, tanggal dan tempat
 - c) Pelaksanaan materi pelatihan
 - (1) Ilmu komunikasi
 - (2) Teknik penyuluhan
 - (3) Peraturan lalu lintas yang baru
 - (4) Klasifikasi SIM dan surat-surat kendaraan
 - (5) Tata cara berlalu lintas yang baik dan benar

(6) Sanksi pelanggaran lalu lintas

(7) Pengaturan lalu lintas

(8) Tanya jawab

Kegiatan Pelatihan Dikmas Lantas diantaranya Dikmas Lantas Polda DIY melakukan giat penyegaran Satpam UGM pada tanggal 29 Januari 2011. Dalam acara ini Dikmas Lantas memberikan Pelatihan tentang Rambu lalu lintas berupa Isyarat pengaturan lalu lintas dengan pengaturan tangan. Dalam giat penyegaran satpam di UGM ini petugas satpam juga diberi penyuluhan etika berlalu lintas untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang berlalulintas di jalan dalam gelar sesi tanya jawab seputar lalu lintas.



Gambar 10
Giat Penyegaran Satpam UGM Pada Tanggal 29 Januari 2011

c. Kampanye melalui media oleh Dikmas Lantas Polda DIY

1) Media cetak

Dalam kampanye/sosialisasi melalui media cetak Dikmas Lantas

Komunitas Tahun 2010-2011 melalui beberapa media cetak diantaranya:

a) Majalah

Salah satu media cetak yang menjadi mitra Dikmas Lantas Polda DIY adalah media raharja yang merupakan majalah terbitan Jasa Raharja. Majalah tersebut dinilai tepat untuk menyampaikan kampanye tentang undang-undang tersebut karena majalah tersebut merupakan majalah yang menginspirasi keselamatan perjalanan sebagaimana motto majalah tersebut.



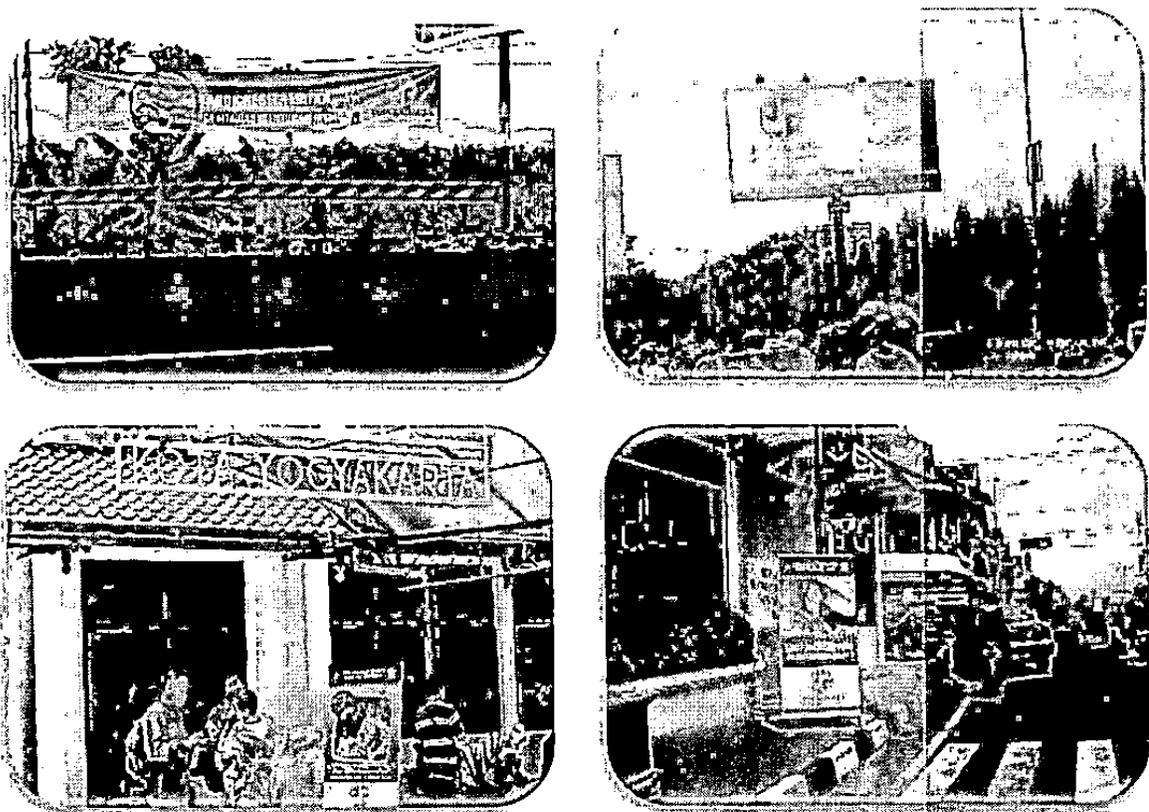
Gambar 11
Majalah Terbitan Jasa Raharja 2010 dan 2011

b) Baliho dan Spanduk

Menyadari pentingnya keberadaan Baliho maupun spanduk sebagai salah satu upaya pendidikan kepada masyarakat dalam berlalu lintas dan lebih mengenalkan Jasa Raharja kepada masyarakat, pihak Dikmas Lantas Polda DIY bekerja sama dengan

ruas jalan yang strategis di kota Yogyakarta dan sekitarnya dimaksudkan sebagai upaya pencegahan terjadinya kecelakaan,

Lokasi baliho-baliho yang terpasang di wilayah Yogyakarta diantaranya di Perempatan Monumen Jogja kembali, di depan Hotel Ambarukmo Plaza Jl Solo Yogyakarta, di perempatan Parangtritis Jl. Lingkar Selatan Yogyakarta pada bulan Januari 2011.



Gambar 12
Pemasangan Baliho dan spanduk di beberapa ruas jalan yang strategis di kota Yogyakarta Januari 2011

Dikmas Ditlantas Polda DIY juga bekerjasama dengan Humas (Hubungan masyarakat) Yogyakarta memasang 20 Spanduk dan 20 Banner yang berisi pesan pesan tertib berlalu lintas, yang terpasang di perempatan-perempatan jalan yang strategis di kota Yogyakarta

dan sekitarnya serta penempatan banner di lokasi kantor kantor pelayanan public, sekolahan dan mall.

c) Buku Komik

Selain itu, pihak Dikmas Lantas Polda DIY juga mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 dengan menerbitkan buku komik "tertib berlalu lintas" untuk dibagi-bagikan secara gratis pada sejumlah sekolah di DIY. Kampanye dalam bentuk komik tersebut diharapkan lebih mengena bagi para pelajar karena dikemas dengan gaya bahasa anak muda.

Kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 juga dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY melalui kerjasama dengan media lokal seperti Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja. Media tersebut merupakan mitra Dikmas Lantas Polda DIY dalam mensosialisasikan berbagai kegiatan yang dijalankan dalam Program patroli Sambang Komunitas dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009.

2) Media Elektronik

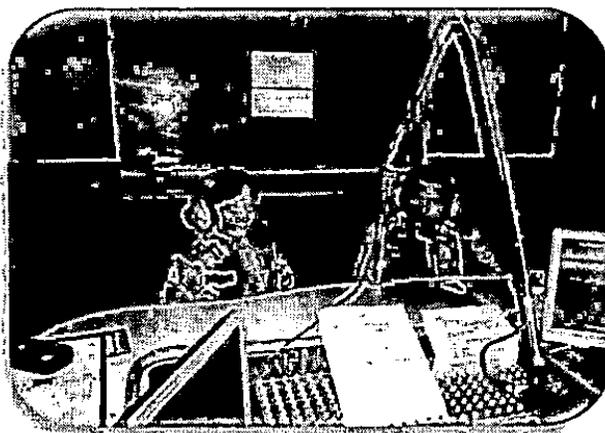
Penggunaan Media elektronik diharapkan dapat menciptakan hubungan baik dengan seluruh elemen masyarakat. Media elektronik yang dimanfaatkan meliputi:

a) Media Radio

Dalam kegiatan kampanye di radio, dikmas lantas bekerja

sebagai patner dikarnakan RadioIsta Calista dianggap sudah familiar dengan pendengar masyarakat Yogyakarta.

Dalam kejasama tersebut Dikmas lantas melakukan siaranber sama di Radio Ista Calista, begitu juga disetiap pelaksanaan program kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 yang melibatkan halayak ramai seperti program panggung simpatik progo akan disiarkan langsung di radio ista Calista.



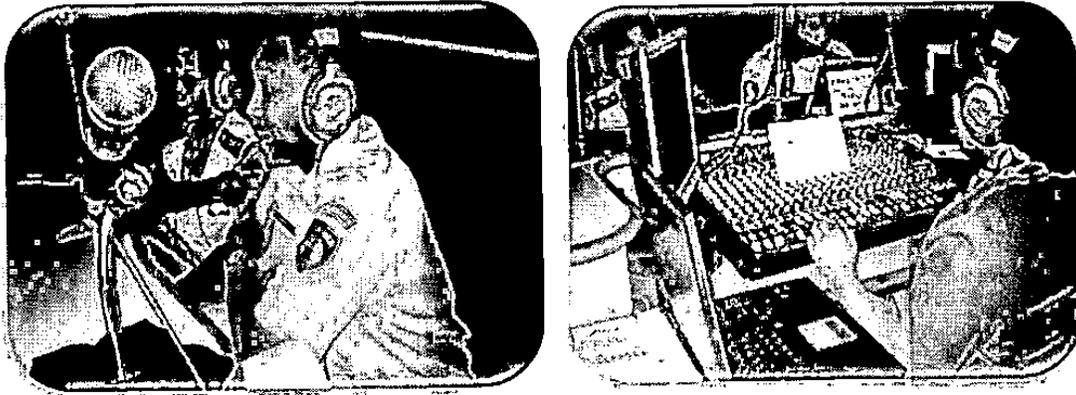
Gambar 13
Dikmas lantas melakukan siaran bersama di Radio Ista Calista
Januari 2011

Dikmas Lantas Polda DIY juga bekerjasama dengan Jasa Raharja untuk mengkampanyekan UU No 22 Tahun 2009 dalam acara *talk show* Bina Hubungan Dengan Mitra, Jasa Raharja Yogya Dan Ditlantas Siaran bersama di Radio Ista Calista pada bulan Agustus 2011.

Dalam kegiatan sosialisasi itu diadakan acara tanya jawab seputar lalulintas antara pendengar dengan Dikmas maupun
Jasaraharja. Dalam kegiatan sosialisasi sebagai pengisi talk show

Kompol Sulasmi, mewakili Ditlantas Polda DIY dan Kepala Humas dan Hukum PT Jasa Raharja Yogya, Triadi bersama-sama mensosialisasikan peraturan lalulintas yang baik dan benar, diantaranya: bagi pengemudi kendaraan bermotor hendaknya melengkapi peralatan kendaraan yang diwajibkan oleh undang-undang seperti Jangan lupa selalu membawa SIM dan STNK sesuai dengan tipe kendaraan yang dibawa. pengemudi sepeda motor wajib mengenakan helm standar, memasang spion ganda dan standar, menyalakan lampu utama pada siang dan malam hari. Sedangkan bagi pengemudi kendaraan roda empat atau lebih, pengemudi wajib menggunakan sabuk pengaman, spion, ban cadangan, dongkrak dan lain-lain.

Dalam siaran bersama di Radio Ista Calista Jasa Raharja juga menjelaskan santuna untuk korban kecelakaan lalu lintas yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku seperti untuk korban kecelakaan santunan Meninggal Dunia Rp. 25 juta korban luka-luka Rp 10 juta dijelaskan juga cara mengurus santunan caranya, korban melaporkan peristiwa tabrak lagi ke polisi setempat dan diteruskankan Kompol Sulasmi menekankan pentingnya untuk sesegara mungkin melaporkan kepada pihak Kepolisian bila melihat adanya suatu kecelakaan karena Laporan Polisi merupakan



Gambar 14
Bina Hubungan Dengan Mitra Siaran bersama di Radio Ista Calista
Agustus 2011

3) Media internet

Dalam kampanye/sosialisasi melalui media internet, Dikmas Lantas Polda DIY memanfaatkan jaringan/ fasilitas yang sudah ada, seperti Traffic Management Centre (TMC) Yogyakarta yang sudah bersinergi dengan jaringan TMC Nasional.

Kampanye yang dilakukan melalui internet diantaranya melalui *presrelease* dalam menginformasikan kegiatannya Dikmas Lantas yang sudah dijalankan. Dalam *Presrelease* tersebut digunakan untuk mensosialisasikan hasil kegiatan, seperti informasi mengenai sejumlah komunitas yang telah dikunjungi Dikmas Lantas Polda DIY dalam rangka mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya. Dalam *presrelease* tersebut diinformasikan pula mengenai apa Undang-

konsekuensi yang harus ditanggung masyarakat jika melanggar ketentuan dalam undang-undang tersebut.

Dikmas Lantas Polda DIY berupaya memberikan informasi selengkap-lengkapnyalewat internet yang dianggap efektif menjangkau lebih banyak khalayak dari berbagai wilayah di provinsi DIY yang familiar dengan internet.



Gambar 15
Halama web Traffic Management Centre (TMC)
<http://tmcjogja.com/index.php?act=ipcamera>

7. Monitoring dan Evaluasi

a. Monitoring

Monitoring merupakan bentuk dari control terhadap pelaksanaan program dalam suatu kegiatan. Agar tidak terjadi penyimpangan dalam program kampanyenya, Dikmas Lantas Polda DIY juga melakukan monitoring untuk melihat perkembangan program kampanye. Hal ini juga dilakukan untuk mendeteksi kesalahan yang mungkin terjadi di lapangan dan untuk memantau bila terjadi kendala pada proses

kampanye. Adapun proses monitoring yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY (hasil wawancara dengan peneliti dengan Direktur Lalu Lintas (Ditlantas) Kepolisian Daerah DIY Komisaris Besar Muhammad Ikhsan, 23 Oktober 2012), yaitu:

“Monitoring bisa dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi yang sudah disentuh program sebelumnya dengan melihat tingkat antusiasme peserta terhadap pemahaman tentang lalu lintas. Monitoring juga dilakukan dengan melihat data-data lalu lintas berapa bulan kedepan seperti data Kecelakaan Lalu Lintas data Pelanggaran Lalu Lintas”. (Wawancara dengan Muhammad Ikhsan, tanggal 23 Oktober 2012).

Proses monitoring yang berjalan di Dikmas Lantas Polda DIY adalah dengan membandingkan antara rencana dan kegiatan yang sudah terlaksana, mengamati dampak dan melihat pencapaian program, dengan mengukur tingkat pengaduan masyarakat, dan memantau pemberitaan di media massa. Sebagian monitoring dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY dengan terjun ke lapangan mendatangi lokasi-lokasi kampanye dan mendokumentasikannya.

b. Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY adalah dengan mengadakan rapat evaluasi awal dan evaluasi akhir. Dikmas Lantas Polda DIY tidak melakukan rapat evaluasi secara khusus. Biasanya evaluasi dibahas dalam rapat bulanan, pada evaluasi awal dilakukan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan pelaksanaan kegiatan kampanye,

Sedangkan yang dibahas pada evaluasi akhir lebih pada pemaparan hasil kegiatan dan pencapaian setelah kegiatan berlangsung. Bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY yaitu melalui pengumpulan data yang akan digunakan sebagai laporan dalam bentuk ringkasan kegiatan publitas Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010-2011 yang disusun sebagai gambaran atas hasil dari kinerja kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya di Yogyakarta Tahun 2010-2011. Dengan penyusunan ringkasan publisitas tersebut akan diketahui seberapa berhasil kegiatan kampanye tersebut, apakah sudah mencapai tujuan dan target yang diinginkan.

Hasil evaluasi kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY adalah berhasil, berhasil karena telah mencapai tujuannya dan keberhasilannya dapat dilihat dari hasil kampanye dimana tingkat kesadaran masyarakat dalam berlalu lintas terus mengalami peningkatan.

Salah satu kegiatan evaluasi terhadap keberhasilan kampanye adalah dengan melakukan penilaian terhadap respon yang terjadi pada masyarakat. Indikasi keberhasilan kegiatan dari Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010 - 2011 yang dijalankan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya adalah adanya respon positif dari masyarakat yang bersikap kooperatif pada saat

Dikmas Lantas Polda DIY telah berhasil menginformasikan dan mengedukasi masyarakat melalui aktivitas kampanye yang dilakukan. Dikmas Lantas Polda DIY menyatakan keberhasilannya terlihat dari meningkatnya kesadaran masyarakat untuk tertib dalam berlalu-lintas. Keberhasilan dari kegiatan kampanye tersebut karena dukungan dari pihak-pihak yang telah berkoordinasi, tidak luput juga peran masyarakat sebagai sumber dan sebagai khalayak sasaran. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan salah satu anggota komunitas sepeda PORY, Bapak Eko, yang pernah mengikuti kegiatan kampanye tersebut (Wawancara tanggal 10 Februari 2013):

“Saya pribadi sangat menyambut baik program kampanye yang diselenggarakan oleh Dit Lantas Polda DIY dan diharapkan program ini dapat menyentuh masyarakat pengguna jalan untuk lebih tertib dan ada saling toleransi di jalan raya sedangkan sepeda di wilayah Yogyakarta telah dibuatkan jalur tersendiri maka diharapkan Polantas dapat mengamankan jalur tersebut sebagaimana fungsinya untuk sepeda, komunitas sepeda khususnya PORY akan ikut dan berperan aktif dalam mewujudkan budaya berlalu lintas yang aman, selamat, tertib di jalan raya.” (Wawancara dengan Bapak Eko, tanggal 10 Februari 2013).

Indikasi lain dari keberhasilan kegiatan dari Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010 - 2011 yang dijalankan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya adalah terjadinya penurunan jumlah kecelekaan dari tahun ke tahun. Sebagai gambaran, berikut disajikan data kecelakaan lalu lintas di Provinsi D.I. Yogyakarta

Tabel 3.1.
Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas di Provinsi DIY Tahun 2010

No	Kesatuan	Jml Kejadian	Korban			Kerugian Materi
			MD	LB	LR	
1	Poltabes Yogyakarta	680	10	74	427	Rp 848,925,000,00
2	Res. Bantul	1463	33	51	2320	Rp 303,480,000,00
3	Res. Kulon Progo	452	47	74	892	Rp 384,090,000,00
4	Res. Gunung Kidul	389	34	51	497	Rp 159,332,000,00
5	Res. Sleman	1720	47	855	2005	Rp 1,376,305,000,00
Jumlah		4704	171	1105	6151	Rp 3,077,132,000,00

Sumber : Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Keterangan : MD = Meninggal Dunia, LB = Luka Berat LR = Luka Ringan

Tabel di atas menunjukkan bahwa selama kurun waktu tahun 2010 di Provinsi Yogyakarta telah terjadi 4704 kejadian kecelakaan lalu lintas dengan jumlah korban meninggal dunia mencapai 171 orang, korban yang mengalami luka berat sebanyak 1.105 orang, dan korban yang mengalami luka ringan mencapai 6.151 orang. Kecelakaan tersebut menyebabkan kerugian materi yang mencapai Rp. 3.077.132.000,00.

Selanjutnya data jumlah kecelakaan lalu lintas tahun 2011 dapat dilihat

Tabel 3.2.
Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas di Provinsi DIY Tahun 2011

No	Kesatuan	Jml Kejadian	Korban			Kerugian Materi
			MD	LB	LR	
1	Poltabes Yoyakarta	831	31	44	379	Rp 873,820,000,00
2	Res. Bantul	1264	152	26	1919	Rp 480,875,000,00
3	Res. Kulon Progo	380	75	27	695	Rp 217,845,000,00
4	Res. Gunung Kidul	409	80	86	519	Rp 219,690,500,00
5	Res. Sleman	1627	180	816	1824	Rp 1,256,305,000,00
Jumlah		4511	518	999	5336	Rp 3,048,535,500,00

Sumber: Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Tabel di atas menunjukkan bahwa selama kurun waktu tahun 2011 di Provinsi Yogyakarta telah terjadi 4511 kejadian kecelakaan lalu lintas dengan jumlah korban meninggal dunia mencapai 518 orang, korban yang mengalami luka berat sebanyak 999 orang, dan korban yang mengalami luka ringan mencapai 5.336 orang. Kecelakaan tersebut menyebabkan kerugian materi yang mencapai Rp. Rp 3.048.535.500,00. Angka tersebut jika dibandingkan dengan data tahun 2010 menunjukkan adanya penurunan angka kejadian kecelekaan sebanyak 193 kasus kejadian. Sayangnya korban meninggal dunia mengalami peningkatan sebanyak 347 jiwa. Akan tetapi angka korban luka berat mengalami penurunan sebanyak 106 jiwa, dan angka korban luka ringan mengalami penurunan sebanyak 815 jiwa. Kerugian materi juga mengalami penurunan meskipun jumlahnya kecil yakni sebesar

Rp. 28.506.500,00. Selanjutnya jumlah kecelakaan lalu lintas di Provinsi

D.I. Yogyakarta semester satu tahun 2012 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.3.
Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas di Provinsi DIY
Semester 1 (Januari-Juni) Tahun 2012

No	Kesatuan	Jml Kejadian	Korban			Kerugian Materi
			MD	LB	LR	
1	Poltabes Yogyakarta	349	7	20	247	Rp 365,171,000
2	Res. Bantul	665	71	12	877	Rp 298,370,000
3	Res. Kulon Progo	159	30	4	316	Rp 84,869,550
4	Res. Gunung Kidul	207	18	51	260	Rp 88,758,000
5	Res. Sleman	836	87	406	947	768,975,000
Jumlah		2216	213	493	2647	Rp 1,606,143,550,00

Sumber: Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Tabel di atas menunjukkan bahwa selama kurun waktu semester satu tahun 2012 di Provinsi Yogyakarta telah terjadi 2.216 kejadian kecelakaan lalu lintas dengan jumlah korban meninggal dunia mencapai 213 orang, korban yang mengalami luka berat sebanyak 493 orang, dan korban yang mengalami luka ringan mencapai 2.647 orang. Kecelakaan tersebut menyebabkan kerugian materi yang mencapai Rp. 1.606.143.550,00.

Indikasi lain dari keberhasilan kegiatan dari Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010 - 2011 yang dijalankan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya adalah terjadinya

gambaran, berikut disajikan data pelanggaran lalu lintas di Provinsi D.I. Yogyakarta tahun 2010 – 2011, dan data pelanggaran lalu lintas semester 1 (Januari-Juni) tahun 2012.

Tabel 3.4.
Data Pelanggaran Lau Lintas di Provinsi DIY Tahun 2010

No	Kesatuan	Jml Gar	Profesi Pelanggaran Lalu Lintas						Lain Lain	
			PNS	Swasta/ Karyawan	Maha Siswa	Pelajar	Penge- mudi	Polri		TNI
1	Dit Lantas	798	36	162	215	254	87	0	0	44
2	Poltabs Yoyakarta	17,126	154	10,109	2,358	3,075	287	0	0	1,143
3	Res. Bantul	12,755	63	5,639	2,038	3,368	172	0	0	1,495
4	Res. Kulon Progo	11,879	206	7,363	413	3,242	192	0	0	462
5	Res. Gunung Kidul	5,147	160	2,790	250	1,578	118	0	0	251
6	Res. Sleman	16,045	750	2,963	5,028	5,124	1,473	0	0	707
	Jumlah	63,750	1,369	29,026	10,302	16,641	2,330	0	0	4,102

Sumber: Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Data di atas menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2010 telah terjadi pelanggaran sebanyak 63.750 kasus. Kasus pelanggaran terbanyak terjadi di Poltabes Yoyakarta, yakni sebanyak 17.126 kasus. Pelaku pelanggaran lalu lintas mayoritas berasal dari kalangan swasta/karyawan, yakni sebanyak 29.026 kasus. Pelanggaran yang dilakukan oleh kalangan Polri maupun TNI tidak ditemukan. Data pelanggaran lalu

Tabel 3.5.
Data Pelanggaran Lau Lintas di Provinsi DIY Tahun 2011

No	Kesatuan	Jml Gar	Profesi Pelanggaran Lalu Lintas						Lain Lain	
			PNS	Swasta/ karyawan	Maha Siswa	Pelajar	Penge- mudi	Polri		TNI
1	Dit Lantas	2,857			380	576	67	0	0	188
2	Poltabes Yogyakarta	24,385			4,504	4,858	345	4	0	1,324
3	Res. Bantul	25,015			2,355	39,33	135	2	0	154
4	Res. Kulon Progo	15,510			266	3,313	138	0	0	61
5	Res. Gunung Kidul	12,402			451	3676	17	0	0	215
6	Res. Sleman	37,151			14,343	10,366	668	0	0	1,636
	Jumlah	117,320	3,141	58,259	22,299	26,722	1,273	6	0	3,578

Sumber: Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Data di atas menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2011 telah terjadi pelanggaran sebanyak 117.320 kasus. Kasus pelanggaran terbanyak terjadi di Res. Sleman, yakni sebanyak 37.151 kasus. Pelaku pelanggaran lalu lintas mayoritas berasal dari kalangan swasta/karyawan, yakni sebanyak 58.259 kasus. Pelanggaran yang dilakukan oleh kalangan Polri ada 6 kasus. Jika dibandingkan dengan data tahun sebelumnya, jumlah pelanggaran menunjukkan kenaikan yang cukup drastis, yakni sebesar 53.570 kasus. Selanjutnya, data pelanggaran lalu lintas di Provinsi D.I. Yogyakarta semester 1 (Januari-Juni) tahun 2012

Tabel 3.6.
Data Pelanggaran Lau Lintas di Provinsi DIY Tahun 2011
Semester 1 (Januari-Juni) Tahun 2012

No	Kesatuan	Jml Gar	Profesi Pelanggaran Lalu Lintas							Lain Lain
			PNS	Swasta/ karyawan	Maha Siswa	Pelajar	Penge- mudi	Polri	TNI	
1	Dit Lantas	345	11	209	36	51	20	0	0	18
2	Poltabes Yogyakarta	11,637	593	5,365	2,173	3,183	139	0	0	184
3	Res. Bantul	9,677	20	5,987	1,164	1,779	3	0	0	724
4	Res. Kulon Progo	7,194	28	4,168	210	2,527	255	0	0	6
5	Res. Gunung Kidul	4,255	66	2,669	197	1,244	4	0	0	75
6	Res. Sleman	18,327	1,122	4,652	6,854	4,443	483	0	0	773
	Jumlah	51,435	1840	23,050	10,634	13,227	904	0	0	1,780

Sumber: Direktorat Lalu Lintas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta

Data di atas menunjukkan bahwa sepanjang Semester 1 (Januari-Juni) Tahun 2012 telah terjadi pelanggaran sebanyak 51.435 kasus. Kasus pelanggaran terbanyak terjadi di Res. Sleman, yakni sebanyak 18.327 kasus. Pelaku pelanggaran lalu lintas mayoritas berasal dari kalangan swasta/ karyawan, yakni sebanyak 23.050 kasus. Pelanggaran yang dilakukan oleh kalangan Polri maupun TNI tidak ditemukan.

Data-data di atas mencerminkan bahwa kegiatan dari Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010 - 2011 yang dijalankan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya belum optimal, terbukti dengan masih tingginya angka kecelekaan maupun

Respon lain mengenai kegiatan Program patroli Sambang Komunitas untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 yang berhasil diwawancarai peneliti yaitu Bapak Suherman yang berprofesi sebagai seniman (Wawancara 13 Februari 2013):

“Menurut saya ada keharmonisan antara pola pikir Polisi dan budayawan sehingga dipandang perlu menemukan metode dikmas lantas diantaranya melalui sentuhan budaya sesuai karakteristik daerah. Esensinya adalah bagaimana budaya berlalu lintas di jalan raya lebih berbudaya sehingga dapat terwujudnya budaya Jogja. Karena itu saya menyambut baik niat kepolisian dalam mensosialisasikan undang-undang tentang lalu lintas dalam acara festival kesenian Yogyakarta yang waktu lalu menggelar pameran lukisan di Beteng Vredeburg.” (Wawancara dengan Bapak Suherman, tanggal 13 Februari 2013)

Respon yang timbul pada masyarakat juga tergantung pada pengetahuan mereka tentang Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Jika mereka mengetahui tentang tujuan dan manfaat penerapan undang-undang tersebut maka masyarakat akan dengan mudah menerima dan melaksanakan aturan-aturan yang tercantum dalam undang-undang tersebut. Hal tersebut memang sudah menjadi tugas Dikmas Lantas Polda DIY serta instansi terkait untuk mensosialisasikan kegiatan Program Patroli Sambang Komunitas. Pada kenyataannya tidak semua warga memahami tentang undang-undang tersebut karena sosialisasi yang dilakukan dianggap kurang memadai sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan seorang warga, Budi (Wawancara tanggal 16 Februari 2013):

“Saya kira perlu adanya sosialisasi aktif dari pihak Polri mengenai hal ini, sebagai contoh di kota Jogjakarta saya jarang sekali melihat sosialisasi yang aktif dari petugas Polri. Pada umumnya, banyak masyarakat tidak tahu ada undang-undang tersebut. Pembuatan dan pembahasan undang-undang memang cenderung eksklusif antara pemerintah dengan DPR. Sosialisasi undang-undang memang sangat penting. Selain itu, tidak berimbangannya

sosialisasi antara aturan terbaru dengan prosedur atau tata cara tilang akan menjadi celah masalah baru. Begitu pula dengan sosialisasi mengenai tabel denda pelanggaran, pernahkah Anda mendapatkan informasi mengenai berapa besarnya nominal denda tilang? Saya kira banyak yang belum tahu ya. Jadi intinya, semua harus disosialisasikan secara menyeluruh, undang-undang terbaru, prosedur penindakan, dan besaran denda. Itu merupakan satu paket yang tidak bisa terpisahkan. Tampaknya juga harus ada sosialisasi melalui spot iklan di televisi. Bisa dipadukan pada acara yang ratingnya tinggi, atau paling tidak pada acara NTMC report. Ini biar masyarakat luas tahu dan paham tentang keberadaan undang-undang tersebut". (Wawancara dengan Budi, tanggal 16 Februari 2013).

Wawancara tersebut mengindikasikan bahwa kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya dinilai belum optimal, karena belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Hal ini juga dapat dimaklumi, sebab keterbatasan waktu, biaya, personel (komunikator) dan banyaknya jumlah khalayak juga mempersulit Dikmas Lantas Polda DIY untuk melaksanakan kampanye secara komprehensif. Selain itu, kesadaran masyarakat tentang aturan berlalu-lintas juga masih rendah, sehingga keingintahuan mereka tentang undang-undang berlalu lintas juga masih rendah. Terkait dengan hal ini, Direktur Lalu Lintas (Ditlantas) Kepolisian Daerah DIY Komisaris Besar Muhammad Ikhsan dalam wawancara dengan peneliti pada tanggal 23 Oktober 2012 menuturkan sebagai berikut:

"Kami sudah berupaya semaksimal mungkin untuk mensosialisasikan undang-undang tersebut. Hanya saja kesadaran masyarakat untuk memahami undang-undang lalu lintas masih kurang. Buktinya mereka baru penasaran dengan undang-undang tersebut setelah terkena tilang. Kalau sudah begitu, baru mereka bertanya tentang undang-undang tersebut. Ya... memang ada yang sebenarnya sudah tahu, tapi pura-pura nggak tahu. Sosialisasi yang kami lakukan seperti penggunaan helm standar maupun menyalakan lampu di siang hari kan sudah demikian gencarnya. Masih banyak yang bilang mereka tidak tahu. Kalau mereka

melanggar tentu sanksi mesti tegas diberikan. Apakah menjatuhkan sanksi itu sulit, ya tinggal mau atau tidak. Awal November 2009 lalu, jajaran kami di Sleman sudah menerapkan sidang di tempat bagi yang melanggar. Dari sidang di tempat, bisa diketahui apakah tidak menyalanya lampu utama motor karena kesengajaan atau memang bola lampu rusak. Polisi akan menegur, tapi tidak memberi sanksi. Hanya saja, lantas muncul reaksi penolakan dari masyarakat yang membuat polisi tak melanjutkan penerapan sidang di tempat. Keadaan ini kemudian disikapi dulu oleh polisi dengan menggencarkan imbauan, agar masyarakat paham secara perlahan. Untuk denda, Bank Rakyat Indonesia (BRI) sudah ditunjuk sebagai mitra polisi sehingga pembayaran denda akan lewat BRI. Kebijakan menyalakan lampu pada siang hari (*light on*) dimaksudkan untuk menurunkan angka kecelakaan. Lampu yang menyala akan membuat pengendara lain waspada. Dari pantauan kami, pada awal peraturan ini diberlakukan memang masih banyak pengendara yang belum menyalakan lampu utamanya.” (Wawancara dengan Muhammad Ikhsan, tanggal 23 Oktober 2012)

Respon masyarakat tersebut menunjukkan bahwa pada masa mendatang pihak Dikmas Lantas Polda DIY perlu melaksanakan kegiatan kampanye sosial secara lebih intensif disertai upaya untuk terus meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mencari tahu tentang peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam berlalu-lintas. Dengan demikian, upaya kampanye bukan menjadi tanggung-jawab Dikmas Lantas Polda DIY semata, tetapi masyarakat juga bertanggung-jawab untuk *aware* terhadap keberadaan undang-undang lalu-lintas dan mematuhi aturan yang ada serta

B. Analisis Hasil Penelitian

Setelah melakukan penyajian data hasil penelitian maka peneliti akan melanjutkan pembahasan di Bab III ini dengan melakukan analisis data hasil penelitian. Analisis yang akan dilakukan peneliti adalah menganalisis strategi kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya oleh Dikmas Lantas Polda DIY melalui Program Patroli Sambang Komunitas Tahun 2010 – 2011. Kampanye tersebut dimaksudkan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memahami dan menerapkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya melalui Program patroli Sambang Komunitas. Diharapkan kegiatan Program patroli Sambang Komunitas berhasil mengkampanyekan undang-undang tersebut kepada masyarakat luas karena hal ini sangat penting bagi keselamatan masyarakat ketika berlalu-lintas. Oleh karena itu, masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan perlu memahami kegunaan dan manfaat undang-undang tersebut.

Polda DIY melakukan kampanye melalui Program patroli Sambang Komunitas sebagai sarana penyampaian gagasan dalam mengedukasi khalayak sasaran tentang pentingnya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Terkait dengan kampanye, Rogers dan Storey (1987) 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 dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi yang bertugas mentransfer informasi atau pesan

dengan maksud mempengaruhi khalayak sasaran sehingga tercipta efek tertentu. Dengan demikian kampanye yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY melalui Program Patroli Sambang Komunitas dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak, yakni masyarakat sehingga tercipta efek yang positif yakni pemahaman masyarakat terhadap Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya serta mengaplikasikan isi undang-undang tersebut dalam berlalu-lintas.

Dengan waktu yang terbatas memang tidak mudah bagi Dikmas Lantas Polda DIY untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya kepada khalayak sasaran yang luas. Dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat sangat dibutuhkan guna mendukung kelancaran kegiatan kampanye tersebut. Untuk mempermudah jalan menuju ke masyarakat maka Dikmas Lantas Polda DIY juga meminta bantuan atau berkoordinasi dengan perangkat pemerintah sebagai penghubung.

1. Perencanaan dan Aktivitas dalam Kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya melalui Program Patroli Sambang Komunitas

Aspek perencanaan amat penting dalam mendukung keberhasilan kampanye sosial. Terkait dengan hal ini Rogers dan Storey (1987) mengungkapkan bahwa kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun

Polda DIY terlihat dari beberapa kegiatan yang dilaksanakan melalui Program Patroli Sambang Komunitas. Kegiatan tersebut misalnya adalah kegiatan penerangan masyarakat umum, melakukan sosialisasi di berbagai masyarakat terorganisir di wilayah kerja Dikmas Lantas Polda DIY, menyelenggarakan pelatihan Dikmas Lantas serta melakukan kampanye melalui media seperti media cetak (majalah, baliho dan spanduk, serta buku komik), media elektronik serta media internet.

Keberhasilan dari pentransferan informasi pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan didukung oleh unsur-unsur komunikasi yang memadai seperti halnya unsur dari komunikator, khalayak sasaran, pesan yang disampaikan dan faktor lain yang menentukan keberhasilan.

Dalam pelaksanaan kampanye sosial Dikmas Lantas Polda DIY telah menerapkan tahapan-tahapan kampanye dalam proses kegiatan kampanyenya. Tahapan-tahapan kampanye tersebut meliputi tahapan awal yang dilakukan dengan analisis lingkungan sosial, rancangan tujuan kampanye, identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye, menentukan pesan, strategi dan taktik. Selanjutnya, pada tahap akhir dilakukan pengorganisasian dan implemmentasi, serta monitoring dan evaluasi.

Sejauh ini sudah terlihat bahwa Dikmas Lantas Polda DIY telah berusaha menjalankan kegiatan kampanye dengan baik, tetapi masih ada kekurangan seperti pada penentuan khalayak sasaran dan penyusunan pesan kampanye melalui kegiatan Patroli Sambang Komunitas serta kekurangan dalam pengorganisasian dan implemmentasi. Bentuk usaha yang dilakukan

baik terlihat dari perencanaan kampanye secara matang. Hal ini terlihat pada aktifitas riset lingkungan secara mendalam, pemilihan sumber daya manusia/ komunikator yang berkualitas serta penyusunan tujuan kampanye secara sistematis.

a. Perencanaan dan aktivitas kampanye yang dapat berjalan dengan baik

Pada tahapan awal yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY sebelum melakukan perencanaan kegiatan kampanye sosial adalah dengan melakukan analisis lingkungan sosial. Hal ini dilakukan melalui riset lingkungan yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT sendiri merupakan analisis masalah berdasarkan dari empat elemen, yaitu *Strength* (kekuatan yang dimiliki), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang yang ada) dan *Treat* (ancaman). Terkait dengan riset lingkungan, Venus (2009: 145-162) mengemukakan bahwa idealnya hal pertama yang dilakuikan dalam proses pemasaran kampanye sosial adalah melakuakan riset terhadap lingkungan. Riset lingkungan dilakukan guna menganalisis lingkungan sosial untuk mengetahui permasalahan yang ada didalam masyarakat. Analisis lingkungan akan berguna dalam membantu proses pentraferan isu atau gagasan kegiatan kampanye. Dalam menganalisis lingkungan dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode analisis mendasar yang berguna untuk melihat suatu

dapat diindikasikan bahwa Dikmas Lantas Polda DIY telah melakukan langkah yang tepat sebelum merancang tujuan kampanye.

Berdasarkan analisis lingkungan sosial yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dimiliki dalam melaksanakan kegiatan kampanye. Dengan adanya kekuatan tersebut akan mempermudah dalam melaksanakan kegiatan kampanye. Hal ini sangat bermanfaat karena Dikmas Lantas Polda DIY membutuhkan bantuan dari pihak pemerintah dan untuk bisa terjun ke masyarakat memerlukan perizinan dari pemerintah daerah setempat agar kegiatan kampanye dapat berjalan dengan baik. Sebagaimana diketahui khalayak sasaran kampanye adalah masyarakat luas dengan karakteristik yang beragam, sehingga dengan memahami aspek kekuatan maka Dikmas Lantas Polda DIY dapat memanfaatkan kekuatan tersebut untuk memperoleh dukungan masyarakat.

Berdasarkan analisis lingkungan sosial, Dikmas Lantas Polda DIY juga akan memahami berbagai kelemahan yang dimiliki, sehingga hal ini dapat diantisipasi sejak awal. Dari kelemahan yang terlihat yang lebih perlu diperhatikan pada latar belakang masyarakat yang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Dikmas Lantas Polda DIY melalui Program patroli Sambang Komunitas juga harus jeli melihat peluang-peluang yang dimiliki serta memanfaatkan segala kesempatan yang mungkin dapat memaksimalkan kegiatan kampanye,

mengetahui tantangan/ kendala yang dihadapi akan membuat Dikmas Lantas Polda DIY lebih mempersiapkan strateginya untuk menghadapi kendala-kendala saat pelaksanaan kampanye.

Analisis lingkungan sosial sudah dilaksanakan secara optimal oleh Dikmas Lantas Polda DIY. Analisis lingkungan sosial yang dilakukan melalui riset lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT yang dilakukan menurut peneliti sudah dilakukan dengan baik. Terkait dengan hal ini, Venus (2004: 174) mengemukakan bahwa pencarian data dapat dilakukan dengan berbagai teknik diantaranya dengan melakukan diskusi dengan pihak internal maupun pihak eksternal. Riset lingkungan Dikmas Lantas Polda DIY dilakukan melalui observasi serta melakukan koordinasi dengan instansi pemerintahan yang ada di Kabupaten/Kota. Koordinasi dilakukan dengan melakukan pertemuan diskusi mengenai keadaan masyarakat dan menganalisis kebiasaan dari masyarakat, memberikan saran-saran tentang format/ bentuk sosialisasi yang cocok untuk digunakan Dikmas Lantas Polda DIY dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Para perangkat pemerintah tersebut dinilai sudah mempunyai gambaran tentang lingkungan masyarakatnya dan lebih memahami keadaan daerah setempat, sehingga cukup representatif untuk memberikan data yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi dan melakukan segmentasi terhadap sasaran kampanye. Hal ini menunjukkan bahwa Dikmas Lantas Polda DIY telah

... dilakukan analisis lingkungan sosial secara optimal dengan melibatkan

berbagai pihak yang kompeten untuk memberikan informasi kepada Dikmas Lantas.

Terkait dengan riset lingkungan dengan menggunakan analisis SWOT, Gregory (2003: 63) mengemukakan bahwa dua elemen pertama kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*) dapat dilihat dari sebagai factor yang digerakkan secara internal bersifat khusus terhadap organisasi. Dua elemen lainya peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) biasanya bersifat eksternal. Analisis terhadap lingkungan sosial yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY tersebut lebih melihat faktor yang mendukung dan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mencapai tujuannya, menganalisis masyarakat dengan melihat kebiasaan-kebiasaan dan keadaan masyarakat. Dalam hal ini, analisis lingkungan sosial akan membantu Dikmas Lantas Polda DIY pada proses perancangan tujuan kampanye sesuai dengan harapan Dikmas Lantas Polda DIY. Hal ini menunjukkan bahwa Dikmas Lantas melakukan riset dengan perencanaan yang cukup matang, yakni dengan menyusun secara rinci berbagai hal yang sekiranya dapat mendukung maupun menghambat kegiatan tersebut.

Untuk dapat menyusun tujuan dengan tepat, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Dikmas Lantas Polda DIY. Hal-hal tersebut diantaranya adalah sebagai berikut (Gregory dalam Venus, 2009: 147):

- 1) Susun tujuan secara seksama dan spesifik. Tujuan jangan dibuat

secara jelas dan spesifik tentang apa yang dikehendaki, kepada siapa, kapan dan bagai mana.

- 2) Susun tujuan yang memungkinkan untuk dicapai. Jangan menyusun tujuan terlalu muluk dan akhirnya tidak bisa dicapai
- 3) Kuantifikasi semaksimal mungkin. Semakin dapat di kuantifikasi sebuah tujuan, maka semakin mudah evaluasi tingkat pencapayannya.
- 4) Susun prioritas seoptimal mungkin. Susunlah tujuan berdasarkan skala. Buatlah tujuan kampanye berdasarkan prioritas, agar timkampanye dapat memfokuskan pekerjaan kepada satu tujuan yang terarah.

Dalam hal perancangan tujuan kampanye, Dikmas Lantas Polda DIY sudah menyusun tujuan dalam kegiatan kampanye yang akan dilakukannya. Tujuan dari kegiatan kampanye ini adalah untuk mengedukasi publik tentang Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Secara spesifik, tujuan kampanye yang akan dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY adalah memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memahami dan mengaplikasikan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 dalam berlalu-lintas. Dari tujuan kampanye yang telah dibuat oleh Dikmas Lantas Polda DIY dapat dilihat tujuannya telah memuat maksud atau apa yang dikehendaki, sudah jelas kepada siapa kegiatan kampanye akan ditujukan dan mengutarakan bagaimana respon

Berdasarkan tujuan-tujuan yang telah dirancang tersebut, terlihat bahwa tujuan yang dibuat oleh Dikmas Lantas Polda DIY sudah jelas dan spesifik. Dikmas Lantas Polda DIY berupaya untuk tidak membuat tujuan berlebihan, tetapi lebih memfokuskan kepada apa yang akan dilakukan pada saat kampanye. Untuk mencapai keberhasilan kampanye, Dikmas Lantas Polda DIY harus mempunyai tujuan yang jelas agar lebih mudah dalam menentukan strategi dan taktik kampanye. Begitu juga dengan sumber daya manusia atau komunikator juga termasuk salah satu faktor penunjang keberhasilan komunikasi dalam kegiatan kampanye. Hal ini dikarenakan posisi komunikator yang merupakan penyampai pesan dalam kegiatan kampanye. Komunikator menjadi ujung tombak Dikmas Lantas Polda DIY untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 secara langsung kepada khalayak sasaran.

Kegiatan kampanye yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY tentunya akan berjalan dengan efektif jika pihak Dikmas Lantas Polda DIY menerapkan strategi dan taktik kampanye secara tepat. Dalam buku manajemen kampanye, Venus (2009: 153-254), menyebutkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penetapan strategi dan taktik agar kampanye dapat berjalan efektif meliputi:

- 1) Gunakan setrategi sebagai pembimbing lahirnya ide-ide cerdas untuk taktik. Taktik yang dituntun oleh setrategi akan membuat kegiatan

- 2) Jauhi semua taktik yang ber sifat nonstrategis. Taktik yang banyak namun tidak terfokus kepada strategi akan memecahkan konsentrasi tim kampanye.
- 3) Selalu hubungkan taktik pada strategi, dan strategi pada tujuan. Ketiga hal ini merupakan rangkaian yang harus dijalin dengan erat. Tujuan memberikan arah secara keseluruhan tentang hasil akhir yang ingin dicapai melalui kampanye. Strategi merupakan kekuatan yang mendorong bagaimana menuju hasil akhir tersebut, sementara itu taktik memetakan kegiatan dengan langkah-langkah tertentu dalam rentang waktu yang tersedia.
- 4) Uji taktik bila memungkinkan. Pengujian taktik ini merupakan hal yang disarankan untuk mengetahui kemungkinan tingkat keberhasilannya. Jika ternyata taktik yang digunakan kurang efektif maka tidak ada salahnya melakukan perubahan taktik.

Sebagai lembaga pemerintah yang berwenang menerapkan undang-undang lalu lintas, Dikmas Lantas Polda DIY memiliki banyak mitra kerja. Hal ini terlihat dari dukungan pemerintah dan lembaga-lembaga pemerintah lainnya maupun berbagai media dalam melakukan kegiatan kampanye. Dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, Dikmas Lantas Polda DIY yang bertindak sebagai komunikator harus mampu memperhatikan kemampuan seorang komunikator seperti pengetahuan dan daya tarik sumber.

Pada kegiatan sambang komunitas yang dilakukan khususnya pada

komunikator yang sudah ahli (*expert*) dalam bidangnya dan mempunyai kesiapan dalam penyampaian materi. Sebagai komunikator dalam Gelar Panggung Simpatik Progo 2010 adalah Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY AKBP Muhammad Affandi. Penggunaan komunikator tersebut menurut peneliti sudah baik karena disesuaikan dengan keahlian dan pengetahuan komunikator. Hal ini dapat membuat khalayak sasaran lebih yakin terhadap pesan yang disampaikan karena komunikator memiliki keahlian atau gelar/ jabatan yang berkaitan dengan bidang yang dikampanyekan. Komunikator yang berasal dari kalangan Dikmas Lantas Polda DIY sendiri juga lebih berpengalaman dan berpengatahuan lebih daripada komunikator lain. Selain itu, pemelihan komunikator dari Dikmas Lantas Polda DIY juga lebih hemat dari segi biaya karena tidak perlu mengadakan pelatihan dan serta efektif dari segi waktu karena waktu yang ada dapat digunakan untuk mempersiapkan hal-hal lain yang terkait dengan pelaksanaan kampanye.

Aktivitas-aktivitas perencanaan kampanye yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY di atas dikategorikan ke dalam perencanaan yang baik. Sedangkan kekurangan-kekurangan yang ada pada kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY antar lain pada penentuan segmentasi khalayak sasaran kampanye. Tidak semua kegiatan kampanye telah dilakukan pada khalayak yang tepat sasaran. Kegiatan tersebut misalnya kegiatan polsanak yang terkadang beberapa

b. Kegiatan perencanaan dan kampanye yang belum berjalan dengan optimal

Kegiatan kampanye yang telah disusun dengan perencanaan yang matang belum tentu akan berjalan dengan sempurna. Hal ini dikarenakan berbagai faktor. Terkait dengan keberhasilan kampanye, Kotler & Roberto (1989: 17-18) menjelaskan bahwa salah satu kunci keberhasilan atau kegagalan sebuah kampanye perubahan sosial adalah *target adopters*. *Target adopters* merupakan seseorang, atau kelompok atau sejumlah populasi yang menjadi target perubahan oleh *change agent* (agen perubahan). Khalayak atau penduduk sebagai dari tujuan kampanye tersebut harus jelas terlebih dahulu, termasuk mengetahui kelompok masyarakat dan tokoh masyarakat tertentu sebagai adopter dan komunikasi agar lebih mudah jika dilakukan segmentasi. *Target adopters* atau penduduk sebagai dari tujuan kampanye dapat dilihat dari identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dalam bagian-bagian pelaksanaan program kampanye sosial (aspek geografis, demografis, psikografis, kebiasaan). Hal ini menunjukkan bahwa identifikasi dan segmentasi khalayak sasaran yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY terhadap target sasaran akan mempermudah dalam melakukan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009.

Aktivitas perencanaan dalam kampanye yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY melalui melalui Program patroli Sambang Komunitas sudah menentukan segmentasi khalayak sasaran kampanyenya.

Lantas Polda DIY, segmentasi yang dilakukan Dikmas Lantas Polda DIY harus mampu menjangkau seluruh masyarakat di wilayah Provinsi DIY. Dikmas Lantas Polda DIY mentukan segmentasi khalayaknya pada empat segmen, diantaranya adalah komunitas-komunitas otomotif seperti komunitas motor, mobil, sepeda, komunitas-komunitas supir taksi, angkutan bis, ojek, andong dan becak. Segementasi tersebut menurut peneliti sudah tepat, tetapi diperlukan pendekatan yang berbeda dalam melakukan aktivitas kampanyenya, sehingga akan mempermudah Dikmas Lantas Polda DIY untuk menjangaku kelompok-kelompok tersebut. Sedangkan pada siswa-siswi akan lebih baik lagi jika pada segmen ini khalayak sarasannya ditentukan pula tingkatan/ kelas berapa saja yang akan mendapatkan sosialisasi kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 sehingga akan lebih jelas segmentasinya. Selain itu, idealnya Dikmas Lantas Polda DIY juga dapat memperluas segementasi kampanye, sehingga kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 dapat menjangkau masyarakat luas.

Penentuan segmen sasaran kampanye dapat dilakukan dengan mengklasifikasikan segmen menjadi beberapa segmen khalayak yang merupakan target sasaran dari kegiatan kampanye. Pengelompokan segmen bisa berdasarkan segi demografis. Aspek demografis khalayak umumnya dikelompokkan berdasarkan karakteristik sosial ekonomi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, hingga status sosial ekonomi mereka. Dengan melakukan segmentasi demografis maka

Dikmas Lantas Polda DIY dapat menggali dan mendalami karakteristik

segmen, baik dari pola komunikasi hingga kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan khalayak sasaran. Berdasarkan kelompok-kelompok segmen tersebut kemudian dipilih target sasaran yang dianggap penting dilakukan kampanye. Kampanye memang tidak harus dilakukan pada seluruh segmen yang menjadi khalayak sasaran kampanye. Dikmas Lantas Polda DIY dapat menentukan kelompok khalayak sasaran mana yang dianggap perlu mendapatkan edukasi tentang Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Sebagai contoh, segmen pelajar menjadi salah satu komunitas yang diprioritaskan karena data yang ada menunjukkan tingginya kasus kecelakaan maupun pelanggaran lalu lintas pada pelajar.

Jika sasaran sudah diketahui dengan jelas maka akan lebih mudah dalam merumuskan pesan yang akan disampaikan pada khalayak sasaran. Pesan kampanye merupakan sarana yang akan membawa sasaran untuk mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye, yang pada akhirnya akan sampai pada pencapaian tujuan kampanye. Keberhasilan pelaksanaan tujuan kampanye tidak hanya dipengaruhi oleh pesan dari kampanye saja melainkan juga dipengaruhi dari penentuan segmentasi khalayak sasaran. Kejelasan dan ketepatan penentuan segmentasi khalayak sasaran berpengaruh terhadap proses produksi pesan. Jika segmentasi yang dilakukan tidak jelas maka pesan tidak dapat diproduksi dengan baik. Sebagai gambaran, kampanye yang disajikan pada segmen pelajar tentu akan lebih mengena jika

Berhasil tidaknya kegiatan kampanye sosial yang dilakukan dipengaruhi oleh baik buruknya pesan yang diproduksi. Pesan merupakan pernyataan spesifik dengan ruang lingkup tertentu dan didalamnya terkandung tema atau ide utama. Sebuah tema kampanye dapat diturunkan menjadi berbagai varian pesan yang disesuaikan dengan kondisi sasaran kampanye. Ada empat tahapan yang perlu diperhatikan dalam merencanakan pesan dan menurunkannya dari tema kampanye, Venus (2009: 151) yaitu:

- 1) Mengambil persepsi yang berkembang di masyarakat berkenaan dengan isu yang akan dikampanyekan.
- 2) Mencari celah dimana kita bisa masuk dan mengubah persepsi.
- 3) Melakukan identifikasi elemen-elemen persuasi.
- 4) Menyakinkan bahwa pesan sudah layak untuk disampaikan dalam kampanye.

Dikmas Lantas Polda DIY sudah mempunyai ketentuan dari Polri dalam penyusunan pesannya dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, terkait ketentuan isi pesan yang harus disampaikan kepada sasaran. Standar pesan yang harus disampaikan adalah meliputi tanggal pelaksanaan dan manfaat kegiatan Program patroli Sambang Komunitas untuk mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Kegiatan tersebut harus dirancang agar mampu menarik dan membantu dalam efektifitas penyampaian pesannya. Hal ini

Pesan pada kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY berdasarkan tujuan sebagai upaya mengedukasi publik tentang Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 menurut peneliti pesannya cukup dapat dikomunikasikan tentang tujuan dan manfaat undang-undang tersebut kepada khalayak sasaran, hanya saja dalam praktiknya masih banyak masyarakat yang melanggar aturan dalam undang-undang tersebut karena kurangnya kesadaran masyarakat dalam berdisiplin lalu lintas. Kondisi ini disebabkan karena dalam kegiatan kampanye tersebut pihak Dikmas Lantas Polda DIY belum optimal dalam meningkatkan kesadaran berlalu-lintas pada seluruh lapisan masyarakat. Keterbatasan waktu, biaya, personel maupun faktor pengetahuan serta kesadaran masyarakat tentang pentingnya tertib berlalu lintas turut mempengaruhi kondisi tersebut. Terkait dengan hal ini, Venus (2009: 157) mengungkapkan bahwa keberhasilan kampanye harus didukung dengan sumber daya yang menyokong kampanye agar kampanye terlaksana dengan maksimal, yaitu meliputi sumber daya manusia, dana operasional, dan peralatan. Upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mematuhi undang-undang lalu lintas yang ada memang tidak dapat dilakukan secara instan melalui sebuah kampanye sosial mengingat beragamnya karakteristik masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan kampanye serupa perlu dilakukan secara berkesinambungan dengan berbagai media yang bervariasi agar menarik

Pada dasarnya pesan yang mendidik itu seharusnya pesan yang dapat merubah pola pikir masyarakat untuk melakukan tindakan sesuai dengan tujuan dari kampanye. Perumusan isi pesan yang mendidik dapat dilakukan dengan menggambarkan kerugian-kerugian yang akan didapatkan masyarakat apabila tidak memahami dan menjalankan isi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Dengan begitu masyarakat akan merasa bahwa apabila tidak memahami dan menjalankan undang-undang tersebut maka akan memberikan dampak buruk pada mereka, misalnya kecelakaan lalu lintas yang dapat menimbulkan korban jiwa dan materi. Selain itu juga dapat dilakukan dengan menggambarkan dampak-dampak positifnya sehingga khalayak sasaran terdidik dengan adanya pesan tersebut. Selain itu, penyampaian pesan juga seyogyanya disesuaikan dengan usia penerima pesan agar mudah dipahami. Sebagai gambaran, kampanye tentang tertib berlalu lintas pada anak-anak tentunya masih bersifat pengenalan dan disampaikan dengan bahasa sederhana. Metode yang digunakan juga harus sesuatu yang menarik minat anak-anak, misalnya melalui kegiatan di alam terbuka yang diselengi *outbond*. Contoh lain, kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 melalui radio Ista Calista sesuai untuk kalangan remaja hingga mahasiswa, karena radio tersebut memang memiliki segemen pendengar tersebut. Oleh karena itu, gaya penyampaian kampanye juga harus lebih santai, tetapi mengena. Penyampaian kampanye juga dapat diselengi dengan pemutaran musik-musik yang sedang mereka gemari,

selesai. Contoh lainnya, penyampaian kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 melalui internet melalui situs resmi kepolisian lebih mengacu pada masyarakat luas, sehingga harus disusun dengan bahasa yang lebih formal, tetapi tetap mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, pengguna internet umumnya juga orang-orang yang *well-educated* dan cenderung melek teknologi, sehingga informasi yang disampaikan sebaiknya juga lebih terstruktur. Jika dibutuhkan, penyampaian kampanye juga dapat disertai ilustrasi yang menarik, sehingga khalayak tertarik untuk membacanya.

Pemilihan media yang digunakan dalam berkampanye juga berpengaruh pada proses pentransferan pesan kepada khalayak sasaran. Pemilihan media cetak berupa majalah maupun komik serta radio menurut peneliti sudah tepat, karena media tersebut dapat menjangkau banyak kalangan masyarakat tanpa harus tersekat oleh batas ruang dan waktu. Pemilihan media komik yang dikhususkan bagi segmen pelajar juga sudah tepat karena media tersebut menurut peneliti cukup menarik dan bahasa “gaul” yang digunakan juga lebih mengena dalam menyampaikan pesan kepada pelajar yang mayoritas adalah remaja. Sayangnya tidak semua pelajar dapat menikmati komik tersebut karena hanya diberikan pada beberapa sekolah yang menjadi sasaran kampanye.

2. Aktivitas kampanye Dikmas Lantas Polda DIY di media

Pemilihan media yang tepat memungkinkan keberhasilan pada kegiatan kampanye yang dilakukan. Terkait dengan media, Kotler &

komunikasi dan distribusi yang digunakan harus selektif dan dikembangkan dalam program yang taktis, seperti pemilihan media kampanye, seleksi media dan waktu yang tepat, serta penentuan alat kampanye lainnya yang diperlukan dalam program taktis. Oleh karena itu, sebuah program kampanye idealnya selalu dimulai dari tahap prakampanye, yakni identifikasi masalah secara jernih sebelum dilakukan pengelolaan kampanye (Klingemann, 2002: 156). Dalam program patroli Sambang Komunitas diantaranya melakukan memberdayakan bus penerangan keliling sebagai jalur komunikasi dan distribusi yang digunakan. Hal ini tentu memudahkan proses mobilisasi aparat dalam melakukan berbagai kegiatan kampanye pada beberapa wilayah di DIY.

a. Aktivitas kampanye di media yang berhasil diselenggarakan dengan baik

Pada media tatap muka kegiatan yang berhasil diselenggarakan oleh Dikmas Lantas Polda DIY dengan baik terlihat pada pelaksanaan kegiatan tatap muka dengan sejumlah komunitas misalnya Gelar Panggung Simpatik Progo 2010, Kegiatan Bimbingan dan penyuluhan kepada Seniman peserta Festival Kesenian Yogyakarta yang sedang menggelar pameran lukisan di Beteng Vredeburg, melakukan penyuluhan di berbagai komunitas seperti pelajar, satpam, pegawai, konsumen produk otomotif dan lain-lain di wilayah kerja Dikmas Lantas Polda DIY, dan Ditlantas Polda DIY bekerjasama dengan UPN menggelar sosialisasi UU No. 22 tahun 2009. Kegiatan tersebut

dalam Program patroli Sambang Komunitas Tahun 2010-2011 dengan target sasarannya adalah kelompok-kelompok khusus seperti seniman, pelajar/ mahasiswa, satpam, pegawai, maupun konsumen sebuah produk otomotif. Kegiatan ini diselenggarakan oleh Ditlantas Polda DIY dengan baik karena dalam pelaksanaannya oleh Ditlantas Polda DIY menghadirkan narasumber yang tepat, seperti Kasubdit Dikyasa Dit Lantas Polda DIY AKBP Muhammad Affandi. Oleh karena itu, informasi yang didapat oleh peserta sangat akurat karena disampaikan oleh narasumber yang berkompeten dalam bidangnya. Kegiatan tatap muka tersebut cukup berhasil karena peserta kegiatan tersebut cukup banyak dan adanya respon dari beberapa peserta dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan serta masukan terhadap pelaksanaan kegiatan kampanye seperti pada media yang digunakan dalam berkampanye. Diharapkan informasi yang didapatkan dari kegiatan ini dapat disebarluaskan oleh peserta kepada khalayak luas.

Keberhasilan tersebut mengindikasikan bahwa Ditlantas Polda DIY telah mengoptimalkan berbagai elemen yang ada dalam menyusun kegiatan kampanye yang tepat sasaran. Terkait dengan keberhasilan kampanye, Kotler & Roberto (1989: 17-18) menjelaskan, bahwa kunci keberhasilan atau kegagalan sebuah kampanye perubahan sosial dipengaruhi oleh beberapa elemen penting, yaitu *change agent, cause, target adopters, channels, dan change strategy*. Dalam hal ini Dikmas Lantas Polda DIY merupakan pihak *change agent* (agen perubahan)

lalu lintas dan angkutan jalan raya. *Cause* atau tujuan sosial yang ingin dicapai adalah untuk menumbuhkan pengertian dan keikutsertaan masyarakat aktif dalam usaha menciptakan keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas, baik pengendara sepeda motor dan mobil maupun orang di sekitarnya. *Target adopters* atau target perubahan adalah masyarakat. *Channels* atau jalur komunikasi dan distribusi yang digunakan cukup beragam meliputi kegiatan penerangan masyarakat, penyuluhan pada berbagai kelompok masyarakat terorganisir, melakukan pelatihan Dikmas Lantas, serta kampanye lewat media cetak, elektronik dan internet. Sedangkan *change strategy* atau arahan dan program yang dilakukan oleh Dikmas Lantas Polda DIY adalah melakukan program patroli sambang komunitas seperti kegiatan menggelar sosialisasi Undang-Undang nomor 22 tahun 2009 di kampus, mengadakan gelar Panggung Simpatik Progo 2010, kegiatan penyuluhan kepada seniman peserta Festival Kesenian Yogyakarta, dan lain-lain.

b. Aktivitas kampanye di media yang belum berhasil diselenggarakan dengan baik

Penggunaan media koran dalam kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Ditlantas Polda DIY secara konsep sudah bagus karena jangkauannya luas dan informasi yang diberikan juga lebih detil. Sayangnya media koran tidak selamanya menarik bagi khalayak, misalnya para pelajar karena media yang sering mereka konsumsi adalah majalah dan tabloit. Oleh karena itu, media koran kurang berhasil

mempengaruhi segmen pelajar. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut

maka pihak Ditlantas Polda DIY menerbitkan buku komik “tertib berlalu lintas”. Sayangnya buku tersebut dicetak dalam jumlah sedikit, sehingga pelajar yang bisa mengkonsumsi media tersebut juga terbatas. Penggunaan koran juga kurang efektif diterapkan pada masyarakat yang tidak bisa mengkonsumsi media koran karena untuk mendapatkannya masyarakat harus membelinya terlebih dahulu. Kampanye melalui media koran ini merupakan hasil kerjasama dengan para wartawan yang memuat kegiatan seputar Program patroli Sambang Komunitas dalam mengkampanyekan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Kerjasama dengan media tersebut sangat menguntungkan pihak Ditlantas Polda DIY karena mereka dapat melakukan kampanye sosial tanpa mengeluarkan biaya.

Ditlantas Polda DIY juga melakukan kampanye dengan media elektronik seperti radio. Media elektronik cenderung lebih biasa digunakan oleh masyarakat. Hampir setiap saat masyarakat mengkonsumsi media elektronik. Selain itu, media elektronik juga memiliki jangkauan yang laus. Akan tetapi, hal tersebut belum tentu dapat membuat kegiatan kampanye Ditlantas Polda DIY menjadi efektif karena pemilihan segmen khalayak sasaran juga berpengaruh pada pemilihan media komunikasi yang tepat.

Untuk kegiatan kampanye dialog interaktif komunikator dalam hal ini Ditlantas Polda DIY dapat berinteraksi secara langsung dengan komunikan melalui telepon interaktif yang disediakan, sehingga dapat menjawab dan menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait Undang-

Undang Nomor 22 Tahun 2009 secara jelas. Sayangnya kegiatan ini dilakukan kurang merata di radio-radio wilayah Provinsi DIY. Selain itu, kegiatan dialog interaktif tersebut juga belum dapat menjangkau semua segmen karena dalam pemilihan radio yang dilakukan oleh Ditlantas Polda DIY tidak berdasarkan segmen khalayak yang menjadi target kegiatan kampanye. Untuk Ista Kalista pada radio ini lebih ditunjukkan pada segmen pelajar, segmen lain seperti masyarakat umum dalam kegiatan kampanye ini bukan termasuk dalam segmen radio Ista Kalista. Radio yang memenuhi kriteria sasaran hanya radio RRI yaitu segmen menengah ke atas. Terlihat bahwa kegiatan kampanye pada radio yang dilakukan Ditlantas Polda DIY belum mampu menjangkau seluruh masyarakat yang merupakan target sasaran kampanye. Hanya segmen-segmen tertentu yang dapat dijangkau pada kampanye di radio.

Selain pelaksanaan kegiatan di atas, penyebaran informasi juga dilakukan Ditlantas Polda DIY di media internet melalui *presrelease*. Dengan dilakukannya perilisasi materi terkait kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 di internet maka kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Ditlantas Polda DIY dapat disosialisasikan kepada masyarakat. Masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi tentang data-data dan kegiatan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 karena Ditlantas Polda DIY sudah menyediakan secara online. Sayangnya kampanye lewat media internet hanya dapat dinikmati oleh orang-orang yang sudah familiar dengan internet. Selain itu, umumnya

Undang Nomor 22 Tahun 2009 umumnya adalah orang-orang yang tertarik dengan informasi tersebut. Khalayak yang kurang tertarik dan merasa tidak membutuhkan informasi tersebut tentunya enggan membuka situs milik kepolisian tersebut.

3. Pencapaian program yang telah dijalankan

Semua tahapan kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya sudah dijalankan oleh Dikmas Lantas Polda DIY dengan baik walaupun terdapat beberapa kekurangan. Kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya yang melalui Program Patroli Sambang Komunitas telah diimplementasikan dengan mengacu pada target adopter tersendiri walaupun secara luas targetnya adalah masyarakat secara umum. Terkait dengan kampanye, Venus (2009: 10) mengemukakan bahwa sasaran kampanye adalah tercapainya perubahan perilaku maupun opini menyangkut tiga aspek yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), perilaku (*behavioural*). Ketiga aspek tersebut saling keterkaitan dan merupakan sasaran pengaruh yang harus dicapai secara bertahap agar suatu kondisi perubahan dapat terjadi. Kampanye Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya yang melalui Program Patroli Sambang Komunitas dalam hal ini telah mampu mengubah opini masyarakat terkait dengan pengetahuan dan sikap mereka terhadap Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009. Sayangnya hal ini belum dibarengi dengan perilaku yang positif. Hal ini dapat diamati berdasarkan grafik kecelakaan dan pelanggaran lalu lintas yang masih tinggi

Kegiatan kampanye tersebut berdampak positif terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 serta pentingnya keselamatan berlalu lintas berlalu lintas. Sayangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya keselamatan berlalu lintas berlalu lintas masih rendah. Hal ini dapat diindikasikan dari masih tingginya angka kecelakaan lalu lintas maupun pelanggaran lalu lintas dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, kegiatan kampanye secara informal perlu terus dilakukan karena kesadaran berlalu lintas masyarakat memang tidak dapat dicapai secara instan. Selain itu, implementasi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 juga harus dilakukan secara menyeluruh guna menggugah kesadaran masyarakat tentang pentingnya berdisiplin dalam berlalu lintas