

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Kereta api adalah salah satu alat transportasi yang dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang berada di pulau Jawa. Hal ini disebabkan karena faktor lalu lintas di Indonesia terutama di pulau Jawa bisa dikatakan sangat parah akan kemacetannya. Oleh karena itu kebanyakan dari masyarakat di pulau Jawa banyak yang memakai alat transportasi lain seperti kereta api, karena mudah dijangkau dan harganya pun lebih murah dari alat transportasi lainnya seperti pesawat atau kapal. Oleh karena itu alat transportasi seperti kereta api lebih di perhatikan lebih lagi agar pengguna atau peminat alat transportasi kereta api bertambah banyak dan banyak di minati masyarakat di Indonesia

Jalur perlintasan kereta api adalah jalur persilangan antara jalur kereta api dengan jalan raya pengguna kendaraan bermotor, baik jalan raya ataupun jalan setapak kecil lainnya. Jalur persilangan kereta api pun dapat di temukan di desa ataupun diperkotaan. Jalur perlintasan kereta api terdiri dari perlintasan tak sebidang atau satu jalur dan perlintasan sebidang atau biasa orang sebut sebagai jalur ganda. Perlintasan tak sebidang adalah persilangan antara jalur kereta api dengan jalan raya contohnya seperti misal dengan flyover atau underpass. Perlintasan sebidang bisa dikatakan juga seperti persilangan antara jalur kereta api dengan jalan raya, yaitu di atas tanah. Persilangan ini banyak ditemukan di pedesaan yang memiliki arus lalu lintas pada jalan hal tersebut pun masih dikatakan jarang.

Akan tetapi di negara Indonesia, memiliki data kecelakaan transportasi darat paling banyak di banding transportasi lainnya seperti laut dan udara. Sehingga perlunya penanganan lebih untuk mengurangi dan menaggulangi jumlah kematian transportasi darat khususnya pada transportasi kereta api sehingga kecelakaan transportasi darat khususnya pada jalur kereta api sedikit berkurang. Dengan adanya kecelakaan lalu lintas kereta api, yang sering terjadi maka palang pintu kereta api harus selalu berfungsi, karena masih banyak masyarakat yang masih tidak menghiraukan tanda adanya kereta api walaupun palang pintu lintasan berfungsi.

Dari data yang ada di pulau Jawa khususnya di Jawa Tengah pada tahun 2016 saja di perlintasan sebidang terdapat kasus rawan kecelakaan 902. dan kategori cukup rawan terdapat 320, rawan 171, status dijaga 280, tidak dijaga 1.220. Untuk perlintasan berpalang pintu 510, dan tidak berpalang pintu 1.100 data ini di ambil data

(suaramerdeka.com). Kasus yang melibatkan kecelakaan Kereta Api dan pengguna kendaraan bermotor di jalan raya terutama diperlintasan rel kereta api semakin lama semakin sering terjadi. Penyebabnya pun bermacam macam, dimulai dari kelalaian dari pihak KAI maupun kesalahan yang dilakukan pengguna jalan.

Agar masalah dari kecelakaan transportasi dapat teratasi maka hal yang dapat membantu yaitu dengan menggunakan iklan. Iklan kreatif dapat menjadi iklan yang efektif dan dapat mengena langsung sasaran ketika iklan tersebut berbeda dengan iklan lainnya. Perbedaan tersebut bukan dilihat dari konsep cerita yang unik, tetapi terhadap pada konsep isi pesan yang berbeda. Pesan di dalam iklan layanan masyarakat, sangat berbeda dengan pesan yang ada di dalam iklan produk. Pada umumnya pesan yang ada di dalam iklan produk lebih mengutamakan factor dalam hal penjualannya saja, tetapi isi pesan di dalam iklan layanan masyarakat lebih mengedepankan pesan moral di masyarakat. Dan hal tersebut bisa dilihat pada iklan layanan masyarakat lalu lintas di perlintasan kereta api. sebagai contoh komparasi dimana ada iklan layanan masyarakat yang menampilkan seorang ibu dan anak yang berada di dalam mobil yang ingin melintasi rel kereta api. Kementerian Perhubungan mengeluarkan iklan di televisi yang ditokohkan oleh seorang ibu dan anak. Iklan yang berdurasi 30 detik tersebut rata-rata di tampilkan distasiun televisi sebanyak 2 kali dalam sehari. Iklan tersebut berceritakan sebuah mobil yang melaju ke arah perlintasan kereta api, di dalam mobil tersebut terdapat seorang ibu dan anak, karena sang anak itu mendengarkan music yang terlalu keras maka ibunya menegur dengan mengurangi volume musiknya dan berkata dengar tidak itu ada peringatan kereta api, harus berhenti dan berhati hati sekarang juga walaupun palang kereta belum turun dan harus melihat apakah ini jalur ganda atau tidak jadi harus berhati – hati.

Berikut adalah contoh foto yang menguatkan bahwa masih banyak pengendara yang menerobos palang pintu kereta api.



Gambar 1.1

Pengendara menerobos palang pintu kereta api di jl Hasanudin

Menurut UUD Negara Indonesia Pasal 114 dan uu no 22 pada tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan, “pada perlintasan rel kereta api sebidang dan antara jalur kereta api dengan jalan, pengemudi kendaraan bermotor wajib :

1. Berhenti ketika sinyal perlintasan kereta api sudah berbunyi, dan palang pintu keretan api yang sudah mulai ditutup dan atau ada isyarat lainnya.
2. Selalu mendahulukan laju kereta api
3. Memberikan hak utama kepada kendaraan bermotor yang lebih dahulu melintas di rel kereta api.

Dari peraturan peraturan yang ada di atas, maka diketahui harus menghentikan kendaraan bermotor dan mendahulukan kereta api di perlintasan rel kereta api. Jika terjadi kecelakaan yang disebabkan pengemudi kendaraan bermotor yang tidak berhenti pada perlintasan jalur kereta api atau (menerobos palang pintu perlintasan), kesalahan ada pada Pengemudi kendaraan bermotor yang melanggar ketentuan.

Inilah sebab penulis akan merancang video iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran pengendara kendaraan bermotor atau pengguna jalan lainnya

agar pada saat melintasi perlintasan kereta api dapat mengurangi atau berkurangnya korban kecelakaan kereta api atas kelalaian mereka sendiri.

I.1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang ada di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana merancang dan membuat video Iklan layanan masyarakat yang komunikatif & efektif melalui media media yang ada saat ini sehingga masyarakat sadar akan bahaya kecelakaan di perlintasan kereta api?

I.1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini adalah untuk memberikan informasi tentang pencegahan bahaya kecelakaan di perlintasan kereta api dan mengajak masyarakat atau pengguna jalan menyadari akan bahaya kecelakaan di perlintasan kereta api, untuk itu penggunaan video untuk iklan layanan masyarakat sangat di nilai lebih efektif karena selain di klankan di media social seperti di youtube dan media social lainnya iklan layanan masyarakat ini nantinya akan di kembangkan dan di jadikan iklan seperti iklan di bioskop bioskop seluruh Indonesia.

I.1.4. Manfaat Perancangan

Dari kegunaan atau manfaat dari Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Pencegahan Bahaya Kecelakaan Di Perlintasan Kereta Api Semarang ini adalah :

- Masyarakat
Untuk meningkatkan kesadaran pengendara kendaraan saat melintasi perlintasan kereta api agar mengurangi pengendara kendaraan yang menerobos palang pintu kereta api dan tertib nya perlintasan kereta api, sehingga berkurangnya angka kecelakaan di perlintasan kereta api. Dan bertujuan untuk menambah pemahaman dasar seseorang akan pentingnya keselamatan untuk dirinya sendiri ketika berada di perlintasan rel kereta api.
- Institusi pendidikan dan pengembangan ilmu
Untuk melengkapi
- PT.Kereta Api Indonesia
Untuk lebih bisa mengembangkan dan memperbaiki sistem di perlintasan kereta api.dan membantu mengurangi angka kecelakaan lalu lintas di perlintasan kereta api
- Mahasiswa

Menambah wawasan atau ilmu mahasiswa mengenai perancangan Iklan Layanan Masyarakat dan Menghasilkan perancangan iklan layanan masyarakat yang tepat sasaran melalui video pendek agar pesan dapat diterima dengan baik

I.1.5. Batasan Ruang Lingkup Perancangan

Batasan Ruang Lingkup Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Sosialisasi Pencegahan Bahaya Kecelakaan Di Perlintasan Kereta Api ini adalah Perancangan sebuah karya desain yang akan di aplikasikan di Indonesia untuk kota kota besar contoh yang di ambil adalah Kota Semarang. yang terdapat perlintasan kereta api seperti perlintasan KA di daerah Alas Tuo, Kaligawe, Perbalan. Target sasaran dalam rentang usia sekitar 22 – 26 thn (Pengendara Pejalan kaki, Sepeda, Motor, Mobil, atau alat transportasi lainnya) dan berjenis kelamin laki laki dan perempuan.

I.1.6. Metode Perancangan

I.1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data

1. Pengamatan (observasi)

Pengamatan dilakukan dengan berbagai macam cara diantaranya melakukan pengamatan terhadap media cetak maupun elektronik yang membahas tentang permasalahan kecelakaan diperlintasan kereta api, selain itu pengamatan juga dilakukan secara langsung di lokasi yaitu di perlintasan –perlintasan kereta api yang sering terjadi pelanggaran baik itu perlintasan berpaling maupun tidak berpaling, hal ini untuk menyajikan gambaran mengenai obyek, kejadian, dan perilaku untuk menjawab pertanyaan penelitian perancangan..

2.Wawancara

Adapun informasi yang hendak diungkap penulis melalui metode wawancara dalam penelitian ini yaitu mengenai sejauh mana kesadaran pengendara kendaraan saat di perlintasan kereta api untuk mengetahui aspek psikografi maupun behaviour dari pengendara kendra yang melintas di perlintasan kereta api.

3. Dokumentasi

Data yang didapat baik itu dari pihak PT.KAI maupun data dari lapangan seluruhnya akan didokumentasikan, hal ini guna mendukung keakuratan data yang didapat.

I.1.7. Metode Analisis

Data Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode 5W+1H (*what, who, where, when, why, how*) yang dilihat dari sudut pandang permasalahan, *audience*, dan *klien*. Metode 5W+1H ini merupakan metode penelitian umum yang sering digunakan untuk mengetahui lebih dalam dari permasalahan agar dapat membantu pemecahan masalah.

Analisis 5W+1H memiliki sudut pandang permasalahan yang dapat ditarik kapan permasalahan ini muncul. Dan siapa saja yang terlibat dalam masalah penerobosan palang pintu rel kereta api. Dan dimana permasalahan ini dapat terjadi. Mengapa permasalahan ini bisa terjadi. Apa yang menjadi penyebab permasalahan ini dan bagaimana cara menanggulangnya.

Sedangkan dari sudut pandang *audience* dapat ditarik kapankah waktu yang tepat untuk mensosialisasikan iklan ini. Dimanakah *audience* banyak berkumpul. Siapa saja target *audience* untuk iklan ini. Apa yang akan dilakukan *audience* setelah melihat iklan ini. Bagaimana pemikiran *audience* saat melihat iklan ini.

Dari sudut pandang *klien* dapat ditarik dimanakah pemasangan yang tepat untuk iklan ini. Apa yang sudah dilakukan *klien* untuk menanggulangi permasalahan ini. Mengapa upaya yang sudah dilakukan belum mampu menanggulangi permasalahan ini.

I.1.8. Metode Analisis 5W+1H

A. What

Pada proyek akhir ini penulis akan merancang video iklan layanan masyarakat terhadap pemahaman akan bahayanya melintasi perlintasan rel kereta api, penulis akan membuat sebuah video pendek yang menceritakan tentang bahayanya perlintasan kereta api yang dapat diakses melalui scan barcode

B. Where

Video iklan layanan masyarakat ini akan ditampilkan atau di tayangkan pada sebuah iklan di media sosial. kenapa ditampilkan di media sosial dikarenakan sekarang banyak sekali pengguna smartphone yang menggunakan media sosial sebagai gaya hidupnya sekarang

C. When

Video iklan layanan masyarakat dapat di akses pada saat penendara menyecan barcode pada iklan melalui poster atau melalui baliho yang terdapat di daerah perlintasan rel kereta api atau terdapat di tempat layanan masyarakat lainnya seperti halte rumah sakit dll.

D. Who

Masyarakat yang mengikuti perkembangan jaman tetapi memiliki sifat yang tidak tertib saat berlalu lintas dan memiliki sifat egois dan tidak peduli dan tidak mementingkan keselamatan dirinya sendiri dan yang hidupnya selalu sembrono saat berkendara di jalan raya

E. Why

sebab penulis akan merancang video iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran pengendara kendaraan saat melintasi perlintasan kereta api agar berkurangnya masyarakat yang menjadi korban kecelakaan kereta api atas kelalaian mereka sendiri. Dan kenapa video yang dipilih karena video dinilai dapat lebih efektif karena Video bersifat linear yaitu dianggap bisa membuat usaha untuk menarik perhatian pengguna menjadi lebih besar.

D. How

Cara merencangnya adalah dengan membuat video pendek atau iklan pendek yang berisi tentang bahayanya perlintasan kereta api yang dapat diakses ketika pelanggar mengakses atau di kirim link melalui social media .hal tersebut bertujuan agar pemahaman masyarakat tentang perlintasan kereta api lebih bertambah

I.1.9. Gambaran aplikasi pokok perancangan

Pada perancangan aplikasi yang digunakan untuk membuat atau menanamkan pemahaman akan pemahaman iklan layanan masyarakat tentang “ Bahayanya melintasi perlintasan kereta api”. Penulis akan menggunakan iklan video melalui iklan di youtube ataupun iklan di game game smartphone yang bedurasi sekitar

1 sampai 3 menit. video ini juga bisa ditampilkan di media seperti iklan di bioskop yang ada di kota kota besar

Kenapa penulis menggunakan media tersebut karena pada jaman sekarang ini semua orang dari anak kecil sampai orang dewasa sudah memiliki smartphone di kehidupannya. dan sebagian besar penggunaan smartphone di gunakan oleh anak anak muda, hal ini akan menjadi lebih menarik jika hal tersebut bias dimanfaatkan lebih baik lagi, contohnya menanamkan kesadaran dan pemahaman tentang keselamatan untuk dirinya sendiri pada saat melintasi perlintasan rel kereta api.

I.1.10. Studi Komparasi

Riset dan observasi masalah ini pernah dilakukan videotron dan akan tetapi sudah ketinggalan jaman dikarenakan media yang di digunakan adalah televisi atau TV lokal, sedangkan masyarakat pada jaman sekarang bisa di bilang sudah tidak banyak lagi menggunakan TV atau televisise sebagai sarana untuk menghibur diri. Dikarenakan tv yang tidak praktis dan tidak bias di bawa kemana mana. oleh karna itu penulis ingin mengaplikasikannya dengan memasukan masalah ini ke youtube atau media smartphone lainnya contohnya iklan di game android.

Karena pada jaman sekarang banyak orang yang menggunakan smartphonenya sebagai gaya hidup yang harus dimiliki. karena pada jaman ini bisa dikatakan manusia tidak bisa hidup jika tidak ada smartphone.



Gambar 1.2 data pengguna smartphone

Jika dilihat dari gambar diatas maka pengguna smartphone pada tahun tahun selanjutnya akan di prediksi lebih banyak lagi. itu kenapa sebabnya saya akan mengaplikasikan dan

mengembangkan iklan di media social. Dan kelemahan iklan pada televisi harganya bisa jutaan rupiah per detikanya di samping itu juga jam tanyangnya yang di batasi dalam contoh kasus iklan masyarakat pada iklan layanan masyarakat lalu lintas kereta api. Iklan tersebut menampilkan seorang ibu dan anaknya yang berada dalam mobil. Kemudian Kementerian Perhubungan mengeluarkan iklan televisi yang ditokohkan oleh seorang ibu dan anak. Iklan yang berdurasi 30 detik tersebut rata-rata di tampilkan distasiun televisi sebanyak 2 kali dalam sehari



Gambar 1.3 Contoh iklan Televisi

Dari gambar di atas adalah iklan layanan masyarakat tentang perlintasan kereta api. tetapi iklan tersebut hanya di publikasikan melalui televisi saja, yang dampaknya akan sangat kurang efektif dalam penyampain pesannya. karena di tayangkan di jam jam tertentu yang kurang efektif



Gambar 1.4 Cohtoh poster

Berikut adalah contoh gambar iklan layanan masyarakat yang di buat poster yang di publikasikan di tempat tempat tertentu seperti rumah sakit,puskesmas dll.hal tersebut sama saja kurang efektifnya karena pesan yang di sampaikan kurang disebarluaskan jika di temple di tempat tempat tertentu.



Gambar 1.5 Contoh kesimpulan

Kesimpulan dari strategi komparasi adalah bahwa media social melalui smartphone sekarang sangatlah efektif dan sangat mudah di sebarluaskan.karena dari golongan manapun daerah manapun usia beerapapun bisa mendapatkan informasi dengan mudah melalui smartphone,ini akan lebih efektif jika ILM bisa di kembangkan melalui media tersebut.

