

didea

ISSN 2355-7540

VOLUME 17
NOVEMBER 2017

- **FOLKLOR INDONESIA SEBAGAI ASET PENDIDIKAN
KARAKTER ANAK INDONESIA : KOMIK
SINEMATIK MALIN KUNDANG**
**NIKEN SAVITRI ANGGRAENI
FX DAMARJATI** 3
- **PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL
PENGUNAAN HELM BERSTANDAR SNI
BAGI MASYARAKAT JAKARTA**
**KRISTIANUS HARYANDI
WIN RICO** 11
- **ANALISA PERKEMBANGAN DESAIN POSTER
EVENT ELECTRONIC DANCE MUSIC
TAHUN 2009 - 2010 DI JAKARTA**
JOACHIM DAVID M 18
- **UPAYA SOSIALISASI GERAKAN PENGHEMATAN
AIR BERSIH DI JAKARTA TAHUN 2016**
**AGUNG KURNIAWAN
DICKY MULYADI** 30
- **TINGKAT KEPUASAN KHALAYAK PADA PROGRAM
"JIKA AKU MENJADI" DI TRANS TV**
**ADELIA YANKIE LUBIS
DEWI MAHARANI** 39

HIGHLIGHT 28 • 29 • 55 • 56

PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA - YAI

email : d.idea.journal@gmail.com



d'idea merupakan jurnal Desain Komunikasi Visual yang diterbitkan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual – Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Nama d'idea diambil dari kata **The Idea** yang juga memiliki makna **Design Idea** dan dalam pengembangan selanjutnya dipersingkat menjadi d'idea. Nama ini memiliki makna bahwa desain selalu diwarnai dengan ide-ide kreatif dan selalu berkembang dengan dinamis (**design in motion**). Jurnal ini bertujuan untuk memuat dan menampilkan pemikiran ilmiah yang memiliki konteks dan relevansi dengan dunia industri kreatif sekaligus mengembangkan kompetensi keilmuan Desain Komunikasi Visual, sehingga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan desain Komunikasi Visual pada masa mendatang.

Penanggung Jawab : Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Ibnu Hamad

Pimpinan Redaksi : Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds

Dewan Redaksi : Prof. Dr. Anwar Arifin
Dr. Tisna Kuswara R, M.Hum

Penyunting Ahli : Dr. Syariffudin Gassing, M.Si

Tim Penyunting : Drs. Dicky Mulyadi, M.Ikom
F.X. Damarjati, S.Sn, M.Sn
Yosefina Anggraini, S.Sos, M.Si
Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom

Desain dan Layout : Joachim David Magetanapuung, S.Sn, M.Ds

Alamat Redaksi : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Jl. Diponegoro 74, Jakarta Pusat
Tel. (021) 3928045, 3928075 ext. 101
Fax. (021) 3914591
Email : d.idea.journal@gmail.com

content

- **FOLKLOR INDONESIA SEBAGAI ASET PENDIDIKAN
KARAKTER ANAK INDONESIA : KOMIK SINEMATIK
MALIN KUNDANG**
NIKEN SAVITRI ANGGRAENI 3
FX DAMARJATI
- **PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL PENGGUNAAN
HELM BERSTANDAR SNI BAGI MASYARAKAT JAKARTA**
KRISTIANUS HARYANDI 11
WIN RICO
- **ANALISA PERKEMBANGAN DESAIN POSTER *EVENT*
ELECTRONIC DANCE MUSIC TAHUN 2009 - 2010
DI JAKARTA**
JOACHIM DAVID M 18
- **UPAYA SOSIALISASI GERAKAN PENGHEMATAN
AIR BERSIH DI JAKARTA TAHUN 2016**
AGUNG KURNIAWAN 30
DICKY MULYADI
- **TINGKAT KEPUASAN KHALAYAK PADA PROGRAM
“JIKA AKU MENJADI” DI TRANS TV**
ADELIA YANKIE LUBIS 39
DEWI MAHARANI

HIGHLIGHT 28 • 29 • 55 • 56

Perancangan Media Kampanye Sosial Penggunaan Helm Berstandar SNI bagi masyarakat Jakarta

Kristianus Haryandi
Win Rico

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Abstrak

Peraturan untuk mengenakan helm SNI telah ada sejak 1 April 2010 namun hingga sekarang masih dapat kita jumpai beberapa pengendara yang menggunakan helm yang belum terstandarisasi, masih ada yang menggunakan helm proyek/catok bahkan yang tidak menggunakan helm saat berkendara. Kecelakaan di perjalanan seringkali diakibatkan oleh kelalaian dari pihak manusianya itu sendiri. Oleh karena itu kesadaran pengendara itu sendiri merupakan salah satu hal yang terpenting dalam berkendara

Kata Kunci : helm, SNI

PENDAHULUAN

Pemerintah dan masyarakat tampaknya sedang sangat merisaukan tentang keadaan jalanan di kota Jakarta yang semakin sempit dan tidak bisa diatur. Oleh karena itu pemerintah daerah pada beberapa tahun belakangan ini mencoba untuk memikirkan bagaimana cara untuk mengatur kota Jakarta yang kian padat penduduk dan pengguna jalan rayanya.

Beberapa tahun belakangan ini pemerintah mengadakan beberapa peraturan khusus untuk pengendara bermotor roda dua, seperti menyalakan lampu pada siang dan malam hari, motor berjalan pada lajur kiri yang mulai diterapkan pada beberapa daerah di Jakarta, dan juga menggunakan helm SNI.

Seberapa sering kita melihat pengendara motor yang tidak menggunakan helm, setidaknya minimal ada satu orang dalam sehari yang tidak menggunakan helm yang dapat kita jumpai, baik pengendara motor ataupun orang yang dibonceng. Pada umumnya alasan mereka tidak menggunakan helm karena merasa jarak tempuhnya dekat, panas, merasa tidak keren, kurangnya kesadaran dari diri sendiri, dan lemahnya bagian hukum untuk menindak lanjuti kejadian tersebut.

Kecelakaan di perjalanan seringkali diakibatkan oleh kelalaian dari pihak manusianya itu sendiri. Oleh karena itu kesadaran pengendara itu sendiri merupakan salah satu hal yang terpenting dalam berkendara. Seperti

memeriksa kendaraan yang akan digunakan apakah sudah layak pakai ataupun belum, perlengkapan yang digunakan apakah sudah memadai atau belum, belum lagi dari sisi tingkat kesadaran pengendara itu sendiri apakah dalam keadaan mabuk atau sadar.

Kesemuanya itu berasal dari kesadaran pengendara itu sendiri ingin menggunakan kendaraannya seperti apa, ingin menaati peraturan ataupun tidak, lebih tepatnya seberapa jauh keinginan pengendara untuk menjaga keselamatan dirinya dan orang lain yang berada di jalan.

KAJIAN KONSEPTUAL

Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga, penyelenggara kampanye umumnya lembaga atau organisasi. Siapapun penyelenggaranya, kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Antar Venus, 2007:9).

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan itu dapat disampaikan dalam berbagai bentuk seperti poster, spanduk, baleho, pidato, diskusi, iklan, hingga selebaran. Apapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol baik verbal maupun nonverbal. Applbaum dan Anatol menekankan pentingnya menyadari bahwa kegiatan kampanye mengandalkan pesan-pesan simbolis. Melalui simbol-simbol, pesan kampanye dirancang secara sistematis agar dapat memunculkan respon tertentu dalam pikiran

khalayak. Maka prasyarat yang harus dipenuhi adalah adanya kesamaan pengertian tentang simbol-simbol yang digunakan antara pelaku dan penerima (Antar Venus, 2007:70).

Kampanye sosial mengenai penggunaan helm SNI ini akan diadakan selama sebulan penuh. Hal ini akan terlihat dari masa pemasangan/ penayangan iklan pada beberapa media yang digunakan. Namun pada media seperti *billboard* akan dipasang selama tiga bulan, yang berfungsi sebagai pengingat setelah masa kampanye.

PERSENTASE KECELAKAAN

Data *Global Road Safety Partnership* (GRSP), lembaga internasional berbasis di Jenewa, menyebutkan 84 persen kecelakaan di jalan raya melibatkan sepeda motor, dan 90 persen korbannya menderita luka parah di kepala. Sedangkan berdasarkan data statistic yang dikeluarkan oleh Departemen Perhubungan, pada tahun 2008 menyebutkan, dari 130.062 kendaraan yang terlibat dalam 56.584 kecelakaan lalulintas yang terjadi, 95.209 di antaranya adalah sepeda motor (73 % dari total kendaraan yang terlibat).

	2004	2005	2006	2007	2008
Jumlah Kecelakaan	17,732	91,623	87,020	48,508	56,584
Jumlah Kendaraan yang terlibat	26,187	28,245	70,308	84,090	130,062
Jumlah Sepeda motor yang terlibat	14,223	15,671	47,591	57,080	95,209

Tabel 1
Jumlah kecelakaan dan kendaraan yang terlibat.
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.go.id tahun 2009)

Hasil penelitian Badan Litbang Kesehatan Departemen Kesehatan mengungkapkan bahwa 25% korban kematian dalam kecelakaan adalah

pengendara sepeda motor, dan 88% korban tersebut menderita cedera kepala. Ternyata menggunakan helm saja tidaklah cukup tetapi helm tersebut haruslah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau yang biasa kita sebut dengan helm Standar Nasional Indonesia (SNI). Peraturan ini dibuat untuk mengurangi angka kecelakaan di jalan raya yang akan menimpa pengendara sepeda motor. Namun sangat disayangkan tampaknya peraturan pemerintah yang baru ini kurang disosialisasikan.

Dapat terlihat dari minimnya pengetahuan masyarakat akan peraturan ini, banyak yang belum mengetahui bahwa peraturan ini telah diberlakukan, serta kurangnya pengetahuan masyarakat akan sanksi yang akan dikenakan bila peraturan ini dilanggar.

PERATURAN PERUNDANGAN

Guna melindungi pengendara sepeda motor, di Indonesia telah dibuat undang-undang tentang kewajiban memakai helm bagi pengendara sepeda motor. Undang-undang No. 22 tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan pasal 106 ayat 8 mensyaratkan bagi semua pengendara sepedamotor dan penumpangnya untuk memakai helm yang memenuhi Standar Nasional Indonesia. Pengendara dan atau penumpang yang tidak memakai helm dikenakan pidana kurungan paling lama 1 (satu) bulan, atau denda sebesar Rp, 250.000 (dua ratus lima puluh ribu rupiah). Dasar pemberlakuan standar Wajib Helm ber-SNI Permen Perindustrian RI No. 40/M-IND/PER/4/2009 tentang Perubahan Atas Permen

Perindustrian Nomor 40/M-IND/PER/6/2008 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua Secara Wajib. Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal 1 April 2010.

Pasal 2: 1. Memberlakukan secara wajib Standar Nasional Indonesia (SNI) atau revisinya terhadap Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua SNI 1811-2007 dengan pos tarif HS 6506.10.10.00.

2. Pemberlakuan secara wajib SNI Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku pula bagi helm yang digunakan pengendara kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang tidak dilengkapi dengan rumah-rumah (terbuka). Peraturan ini mewajibkan perusahaan dan importir yang memproduksi dan memperdagangkan helm di dalam negeri untuk memenuhi persyaratan SNI.

Pasal 3: Perusahaan yang memproduksi Helm Pengendara Kendaraan Bermotor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 wajib :

menerapkan dan memiliki SPPT-SNI Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan membubuhkan tanda SNI Helm Pengendara Kendaraan Bermotor

Roda Dua pada setiap produk sesuai ketentuan yang berlaku

Pasal 4: Setiap Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diperdagangkan di dalam negeri, yang berasal dari hasil produksi dalam negeri dan atau impor wajib memenuhi persyaratan SNI sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.

Maka itu peraturan yang telah dibuat harus dipublikasikan dengan baik sehingga seluruh masyarakat mengetahuinya, sehingga pelanggaran terhadap hal tersebut dapat ditindak secara tegas. Peneliti merasa perlu pula untuk mensosialisasikan ketetapan peraturan yang telah dibuat untuk mencegah berbagai kecelakaan yang mungkin terjadi di jalanan juga sanksi yang akan dikenakan bila pelanggaran itu terjadi.

Oleh karena itu peneliti ingin membahas salah satu hal yang sedang dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi kecelakaan pada pengendara motor yaitu dari sisi menguatkan pengaman pada kepala pengendara yaitu dengan cara menggunakan helm yang tepat, helm yang sesuai dengan standar yang telah teruji. Penelitian yang akan diangkat oleh peneliti adalah berjudul “Perancangan komunikasi visual sosialisasi pentingnya penggunaan helm SNI untuk masyarakat Jakarta”.

E. Data helm SNI

SNI ini dirumuskan oleh Panitia Teknis Kimia Hilir melalui proses/prosedur perumusan

standar dan terakhir dibahas dalam konsensus pada tanggal 7 Desember 2004 di Jakarta yang dihadiri oleh para anggota panitia teknis kimia hilir, konsumen, produsen dan lembaga pengujian dan juga instansi pemerintahan terkait.

Acuan ini berdasarkan pada SNI 1811-2007 amandemen 2010 yang ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional (BSN)

PERSYARATAN UJI COBA

Helm dinyatakan lulus uji apabila memenuhi semua persyaratan pada pasal 4 yang terangkum pada Tabel 4. Syarat unjuk kerja helm.

Metoda uji	Persyaratan	Keterangan
Penyerapan energi kejut	Penurunan percepatan maksimum pola kepala uji tidak lebih dari 300 g (g= percepatan gravitasi bumi)	
Penetrasi	Tidak boleh terjadi kontak (tembus) dengan blok uji pada setiap titik helm hingga ke batas perputaran helm.	
Kekuatan sistem penahan	Impak pertama: Perpanjangan dinamis = 32 mm, sisa perpanjangan = 16 mm; Impak kedua: Perpanjangan dinamis = 25 mm, sisa perpanjangan = 8 mm	
Kelicinan sabuk	Pergeseran gesekan penjepit maksimum 10 mm.	
Kearifan sabuk	Sabuk tidak boleh putus dan mampu menahan beban jika terjadi pergeseran lebih dari 5 mm.	

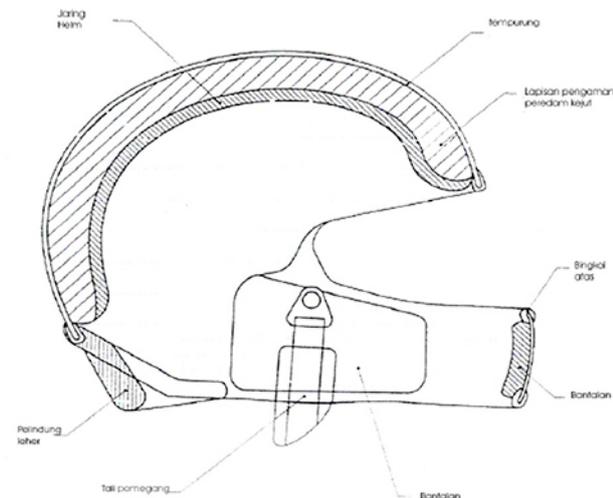
Tabel 2a
Syarat unjuk kerja helm
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.or.id tahun 2009)

Paron balok	Nilai gaya arah membujur puncak maksimal 2,5 kN dengan waktu impak maksimal 15,5 N.detik	
Paron keausan	Nilai gaya arah membujur puncak dengan bersatunya waktu harus sama antara daerah yang dipilih merupakan faktor minimal 2,0 kali nilai gaya membujur puncak (minimal 1,75 kN)	
Pelindung dagu	Penurunan percepatan maksimum 300 g (g = percepatan gravitasi bumi)	

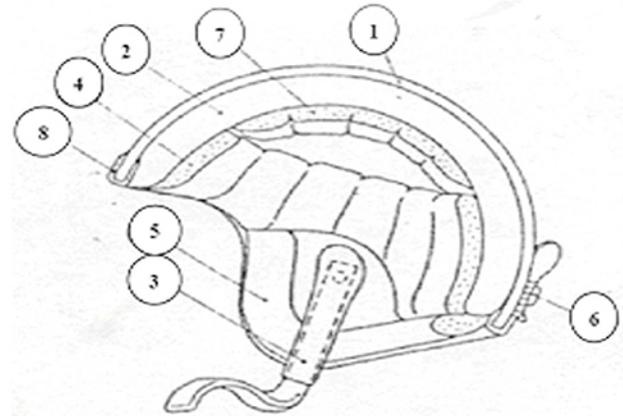
Tabel 2B
Syarat unjuk kerja helm
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.or.id tahun 2009)

ukuran	Keliling lingkaran bagian dalam (mm)
M L	Antara 500 – kurang dari 540
XL	Antara 540 – kurang dari 580 Antara 580 – kurang dari 620 Lebih dari 620

Tabel 3
Persyaratan keliling lingkaran bagian dalam.
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.or.id tahun 2009)



Gambar 1
Contoh konstruksi dan bagian-bagian helm standar tertutup (*full face*)
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.go.id tahun 2009)



Gambar 2
Contoh konstruksi dan bagian-bagian helm standar terbuka (*open face*)
(sumber: Badan Standarisasi Nasional
www.bsn.go.id tahun 2009)

Keterangan gambar:

1. Sungkup
2. Lapisan pelindung
3. Tali pemegang
4. Lapisan kenyamanan
5. Pelindung telinga
6. Kaitan kaca
7. Jaring helm
8. Rim

TARGET AUDIENCE

Adapun yang menjadi *Target Audience* atau Khalayak Sasaran Kampanye Penggunaan helm SNI, dapat ditentukan sebagai berikut:

1. Segi Demografis:
 - a. Usia:
 - 1). Remaja usia 17 – 19 Tahun.
 - 2). Dewasa Muda 20 – 30 Tahun.
 - 3). Dewasa 31 – 60 Tahun.
 - b. Jenis Kelamin
 - 1). Laki – Laki.
 - 2). Perempuan.

JADWAL KAMPANYE

Kampanye sosial mengenai penggunaan

helm SNI ini akan diadakan selama sebulan penuh. Hal ini akan terlihat dari masa pemasangan/ penayangan iklan pada beberapa media yang digunakan. Namun pada media seperti *billboard* akan dipasang selama tiga bulan, yang berfungsi sebagai pengingat setelah masa kampanye.

KONSEP KOMUNIKASI VISUAL

Untuk konsep pembuatan perancangan sosialisasi mengenai penggunaan helm SNI akan menggunakan unsur-unsur yang akan menarik perhatian pengendara, yaitu berupa penggambaran bahwa di dunia nyata berbeda dengan dunia film. Menampilkan beberapa *superhero* pada film yang tidak menggunakan helm pada saat bermotor, sedangkan pada dunia nyata mereka harus memakai helm untuk menjaga keselamatan dan keamanan mereka. Di sini akan menggunakan tiga *superhero* seperti dari film: *Terminator*, *Batman*, dan *Ghost Rider*. Mereka adalah *superhero* yang berasal dari film *Hollywood* yang sangat terkenal, dengan harapan setiap pengguna yang melihat langsung mengetahui bahwa *superhero* yang digunakan sebagai penyampaian pesan adalah *superhero* yang bermotor dalam film dan yang terpenting adalah mereka tidak menggunakan helm pada saat beraksi hanya ketika di dalam film.

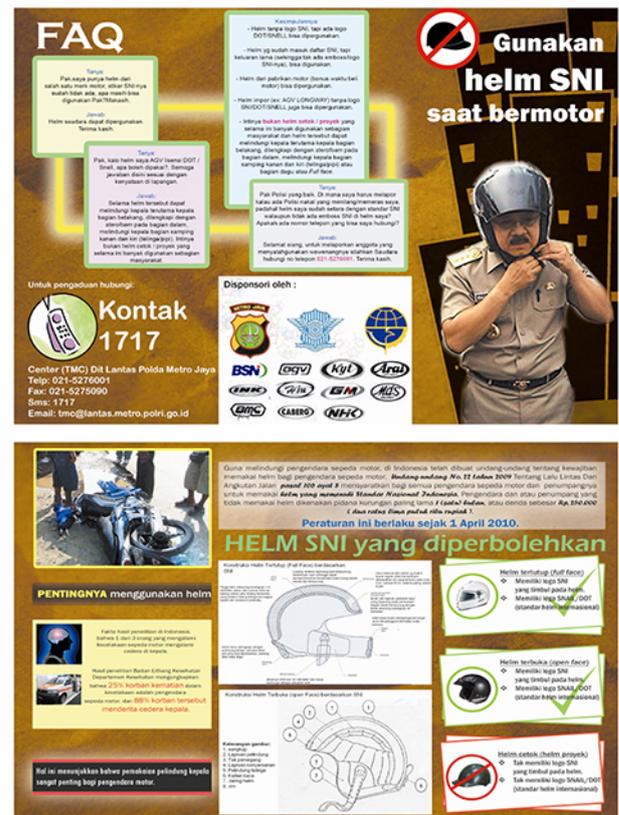
Penggunaan Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo sebagai model penyampai pesan diharapkan dapat semakin menegaskan bahwa peraturan yang telah dibuat adalah resmi dan harus ditaati, karena ada sanksi yang akan dikenakan jika

melanggar. Karena Fauzi Bowo dianggap sebagai salah satu tokoh yang berpengaruh khususnya di DKI Jakarta, karena penyampaian kampanye sosial ini akan dikhususkan pada wilayah yang padat kendaraan bermotor seperti DKI Jakarta.

Perancangan dan pendekatan komunikasi visual yang dilakukan diharapkan dapat mengubah pola pikir dari masyarakat yang bersangkutan dan menarik minat masyarakat pengendara motor roda dua untuk menggunakan helm yang telah memenuhi standar SNI.

VISUALISASI

Booklet



Gambar 3
Booklet Kampanye Penggunaan Helm SNI

PENUTUP

Kesimpulan

Peran Desain Komunikasi Visual sangat penting dalam mengkampanyekan suatu program pemerintah kepada masyarakat. Seperti halnya pada kampanye helm SNI ini, peraturan untuk mengenakan helm SNI telah ada sejak 1 April 2010 namun hingga sekarang masih dapat kita jumpai beberapa pengendara yang menggunakan helm yang belum terstandarisasi, masih ada yang menggunakan helm proyek/catok bahkan yang tidak menggunakan helm saat berkendara.

Saran

Pada media luar ruang untuk menarik perhatian dari khalayak ramai harus menggunakan visual yang menarik dan *headline* yang unik. Penggunaan warna harmonis pada media luar ruang akan sulit terbaca dikarenakan terpengaruh oleh jarak dan singkatnya waktu melihat. Akan lebih baik jika menggunakan warna yang kontras antara visual dengan teks yang digunakan.

Design. New York: Overlook Press. Purwanto, Bb. 2006. *Pengantar Tata Letak dan Tipografi*. Jakarta: LPMG-ATG Trisakti.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana (Dasar-Dasar Seni dan Desain)*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sutaryo. 2005. *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran. Tanudikusumah, Djajusman, R. 1985. *Citra Komunikasi*. Pidato Pengukuhan untuk Jabatan Guru Besar Tetap di Universitas Indonesia.

Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Winarso, Heru Puji. 2005. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Sumber Lain

www.bsn.go.id

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Sakti.

Glaser, Milton. 1973. *Milton Glaser Graphic*



PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA - YAI

