

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dilihat dari 4 indikator yang ditanyakan pada masa penelitian, mayoritas para informan atau mahasiswa memberikan sikap dukungannya terhadap iklan layanan masyarakat “tertib berlalu lintas”. Indikator pertama berkaitan dengan isi iklan yang berisi himbauan dari Walikota Kupang dan penyampaian informasi tentang sanksi yang akan diberikan. Secara umum para informan mendukung isi iklan layanan masyarakat ini melalui berbagai persepsi yang diberikan.

Indikator kedua berkaitan dengan durasi iklan Iklan layanan masyarakat tersebut. Durasi iklan layanan masyarakat ini telah disesuaikan dengan durasi lampu merah, sehingga dalam persepsi yang diberikan, mayoritas para informan mendukung durasi iklan layanan masyarakat ini. Indikator ketiga berkaitan dengan media alat penyiar suara yang digunakan untuk menyiarkan iklan layanan masyarakat ini. Karena media yang digunakan ini cukup efektif bila ditempatkan pada *traffic light* yang ramai, mayoritas para informan juga mendukung digunakannya media ini. Indikator yang terakhir yakni berkaitan dengan lokasi penyiaran iklan ini, yang ditempatkan pada *traffic light* di Jalan Eltari, Kota Kupang. Mayoritas para informan juga mendukung lokasi penyiaran iklan ini dikarenakan lokasinya yang ramai, sekaligus menjadi tempat perhentian para pengendara ketika menunggu lampu merah.

Dukungan ini diberikan oleh para informan karena sikap kepercayaannya terhadap iklan layanan masyarakat “tertib berlalu lintas”, untuk menurunkan angka kecelakaan yang terjadi. Selain menunjukkan dukungannya melalui persepsi, para informan juga menunjukkan sikap dukungannya dengan perilaku tertib di jalan. Hal ini dapat dilihat dengan perilaku yang ditunjukkan 7 dari 10 informan yang tidak melakukan kegiatan lain saat berkendara maupun kebut-kebutan di jalan.

Dari berbagai persepsi tersebut, secara tidak langsung membuktikan bahwa iklan layanan masyarakat ini mampu mempengaruhi para informan dari aspek kognitif, afektif, maupun konatif untuk berperilaku tertib berlalu lintas. Perubahan ini secara tidak langsung mampu menurunkan angka kecelakaan yang terjadi di Kota Kupang. Penurunan angka kecelakaan ini dapat dilihat saat pemasangan iklan layanan masyarakat ini yang dilakukan pada bulan November 2015, hingga bulan-bulan selanjutnya. Untuk melihat penurunan angka tersebut, peneliti telah melampirkan data tersebut pada lampiran dalam bentuk tabel yang menunjukkan angka kecelakaan di Kota Kupang, khususnya kecelakaan yang melibatkan mahasiswa dan pada rentang usia 16-25 tahun.

6.2. Saran

Iklan layanan masyarakat “tertib berlalu lintas” merupakan salah satu bentuk nyata yang diberikan oleh LPM UNDANA dan Dinas Perhubungan Kota Kupang untuk turut berpartisipasi menurunkan angka kecelakaan yang terjadi di Kota Kupang. Sosialisasi untuk tertib berlalu lintas yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat ini perlu diapresiasi tinggi, walaupun di dalam pelaksanaannya ada beberapa kekurangan. Kekurangan-kekurangan ini dapat terlihat dari hasil penelitian yang telah dijalankan peneliti, dengan menjadikan para mahasiswa sebagai informannya. Indikator dalam penelitian inipun diambil dari beberapa elemen-elemen komunikasi yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat “tertib berlalu lintas”. Indikator-indikator tersebut yakni, isi iklan, durasi iklan, media yang digunakan dan lokasi yang digunakan untuk menyiarkan iklan tersebut.

Dari berbagai proses penelitian yang dijalankan, ada beberapa kekurangan yang dapat dilihat dari persepsi mahasiswa untuk dapat diperbaiki. Hal tersebut peneliti sampaikan melalui saran yang diberikan untuk beberapa pihak yang berkaitan dengan masalah ini. Berikut saran-saran yang dapat disampaikan peneliti:

1. Masyarakat (pengendara kendaraan bermotor)

Masyarakat sebagai pengguna kendaraan baik itu kendaraan roda dua maupun roda empat, dituntut untuk mampu menerapkan perilaku tertib berlalu lintas saat berada di jalan. Perilaku ini dapat diawali dengan rasa cinta diri sendiri, agar menjadikan keselamatan sebagai prioritas utama saat berada di jalan.

2. LPM UNDANA

LPM UNDANA sebagai pihak yang melakukan inovasi dengan membuat iklan layanan masyarakat ini perlu mengoreksi beberapa kekurangan yang terdapat pada beberapa indikator dalam iklan layanan masyarakat “tertib berlalu lintas”. Indikator-indikator dalam iklan yang mendapatkan kritik dan saran dari para mahasiswa yang memberikan persepsinya yakni, isi iklan yang terdiri dari himbauan dan informasi tentang sanksi, durasi iklan, media yang digunakan dan lokasi penyiaran iklan layanan masyarakat tersebut.

3. Dinas Perhubungan Kota Kupang

Dinas Perhubungan Kota Kupang harus lebih meningkatkan kerjasama yang baik dengan pihak Satuan Lalu Lintas Kota Kupang, untuk bersama-sama membuat terobosan baru dalam menertibkan para pengendara yang tidak tertib berlalu lintas.

4. Pemkot Kupang

Untuk menunjukkan keseriusannya, Pemkot Kupang harus bersinergi dengan masyarakatnya untuk bersama-sama menurunkan angka kecelakaan yang terjadi. Proses sinergi ini dapat dibentuk dengan menjadikan keluarga sebagai agen sosialisasi tahap awal, untuk tertib berlalu lintas.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan, 2001, Metodologi Penelitian Sosial : format-format kuantitatif dan kualitatif. Surabaya : Airlangga University Press

Irwanto dkk, 1994, Psikologi Umum. Jakarta : PT. Gramedia

Moleong, J. Lexi, 2002, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Miller, Katherine, 2005, Communication Theories : Perspective, Processes And Contexts. Singapore

Uchjana, E. Onong, 2003, Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti

Pujiyanto, 2013, Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta : ANDI YOGYAKARTA

Djalaludin, Rakhmat, 2003, Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

-----, 2012, Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Kriyantono, Rachmat, 2006, Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Media Group

Sarwono, W. Sarlito, 2013, Teori-Teori Psikologi Sosial. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Suryabrata, Sumadi, 2013, Psikologi Pendidikan. Jakarta : Rajawali Pers

Severin, J. Werner, Tankard W. James, 2011, Teori Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Modul

Darus, Antonius, 2015, Metode Penelitian Komunikasi II

-----, 2011, Metode Penelitian Sosial

Artikel

Artikel Ilmiah Dinas Perhubungan Kota Kupang, 2015

Internet

[http : // kbbi.web.id](http://kbbi.web.id) (Diunduh, Maret, 2016)