

## PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG BAHAYA MEROKOK KETIKA BERKENDARA DI KOTA BANDUNG

Bebet Tirta Pratama<sup>1</sup>, Ira Wirasari<sup>2</sup>, Sri Nurbani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom,

[bebettp@students.telkomuniversity.ac.id](mailto:bebettp@students.telkomuniversity.ac.id), [irawirasari@telkomuniversity.ac.id](mailto:irawirasari@telkomuniversity.ac.id)

[baniellen@telkomuniversity.ac.id](mailto:baniellen@telkomuniversity.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak:

Jumlah pelanggaran lalu lintas di Kota Bandung khususnya merokok ketika berkendara berjumlah 19 ribu pelanggar di tahun 2018. Kurangnya kesadaran dan kepedulian pengendara yang merokok memberikan dampak yang sangat fatal bagi diri sendiri maupun pengendara di sekitarnya. Beragam dampak yang ditimbulkan seperti meningkatkan risiko kecelakaan, mengganggu konsentrasi, dan dapat mengakibatkan iritasi mata hingga kebutaan jika terkena abu rokok yang beterbangan. Kejadian yang tidak diinginkan itu dapat dicegah dengan adanya Kampanye Bahaya Merokok ketika Berkendara. Metode kualitatif digunakan untuk mengetahui cara yang tepat bagaimana memberikan informasi bahaya merokok ketika berkendara bagi diri sendiri maupun pengendara lain. Tujuan perancangan kampanye ini yaitu memberikan suatu bentuk kreatif dalam kampanye sosial sehingga masalah merokok ketika berkendara dapat berkurang. Hasil kampanye ini berupa kampanye sosial berintegrasi, menggunakan berbagai media seperti media cetak dan media digital, dengan media utama berupa *live streaming* *podcast* dengan media *youtube*. Diharapkan model kampanye ini dapat dijadikan contoh, gambaran, serta membantu para desainer komunikasi visual dalam menyelesaikan permasalahan serupa.

**Kata kunci:** kampanye sosial, bahaya merokok ketika berkendara, abu/bara rokok, iritasi mata.

**Abstract:** *The number of traffic violations in Bandung, especially smoking while driving, totaled 19 thousand offenders in 2018. The lack of awareness and concern for motorists who smoke has a very fatal impact on themselves and the surrounding drivers. Various impacts such as increasing the risk of accidents, distracting concentration, and can cause eye irritation to blindness if exposed to flying cigarette ash. These unwanted events can be prevented later by the Danger of Smoking While Driving Campaign. Qualitative methods are used to find out the right way how to provide information on the dangers of smoking while driving for yourself and other drivers. The purpose of designing this campaign is to provide a creative form in social campaigns so that the problem of smoking while driving can be reduced. The results of this campaign are in the form of an integrated social campaign, using various media such as print media and digital media,*

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: [bebettirtap@gmail.com](mailto:bebettirtap@gmail.com)

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: [irawirasari@telkomuniversity.ac.id](mailto:irawirasari@telkomuniversity.ac.id)

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: [baniellen@telkomuniversity.ac.id](mailto:baniellen@telkomuniversity.ac.id)

*with the main media being live streaming podcasts on youtube. It is hoped that this campaign model can be used as an example, illustration, and help visual communication designers solve similar problems.*

**Keywords:** *social campaign, danger of smoking while driving, cigarette ash/ember, eye irritation.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia saat ini menempati posisi ketiga sebagai negara dengan jumlah perokok terbanyak di dunia. Menurut data dari *World Health Organization (WHO)* pada 2015, persentase penduduk dunia yang mengonsumsi tembakau tercatat sebanyak 57% penduduk Asia dan Australia, 14% penduduk Eropa Timur dan Pecahan Uni Soviet, 12% penduduk Amerika, 9% penduduk Eropa Barat, dan 8% penduduk Timur Tengah serta Afrika. Sementara itu penduduk ASEAN yang merokok berjumlah 10% dari seluruh perokok dunia dan 20%. Dikutip dari pikiranrakyat.com, berdasarkan dokumen *British American Tobacco Records* yang keluar tahun 1997, Bandung menjadi daerah terbaik dari segi perspektif konsumen rokok. Oleh karena itu mengutip data tahun 2019 dari dara.co.id, jumlah perokok di Kota Bandung tergolong tinggi, hampir mencapai angka 70%, dibandingkan kota-kota lain yang hanya berkisar 20%.

Menyikapi hal ini Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Bandung mulai meyosialisasikan tentang Kawasan Tanpa Rokok (KTR) yang dirancang pada bulan Oktober 2018 bersama tim peneliti Pusat Studi Sistem Kesehatan dan Inovasi Pendidikan Tenaga Kesehatan FK UNPAD dan Peneliti Bidang Sosial Puslit Badan Keahlian DPR RI.

Kegiatan merokok seperti sudah menjadi hal wajib bagi sebagian masyarakat. Hampir di setiap kesempatan mereka gunakan untuk merokok. Hal ini dianggap suatu hal yang wajar bagi sebagian masyarakat, padahal kenyataannya kegiatan merokok merampas hak orang lain dalam menghirup udara segar dan kesehatan. Karena banyak kegiatan merokok yang dilakukan tanpa melihat tempat, seperti di fasilitas umum dan bahkan banyak yang melakukannya sambil berkendara.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

Ada banyak alasan mengapa merokok sambil berkendara adalah hal yang berbahaya. Salah satunya dapat mengganggu konsentrasi diri sendiri ketika berkendara. Namun ada akibat lain yang lebih fatal, yaitu abu/bara yang dihasilkan dari rokok itu dapat terbang dan masuk ke mata pengendara lainnya dan dapat mengakibatkan iritasi berat dan bahkan bisa menyebabkan kebutaan.

Di Kota Bandung sendiri angka pelanggaran pengendara sambil merokok cukup tinggi, berdasarkan keterangan Kasatlantas Polrestabes Bandung AKBP Agung Reza kepada BandungKita.id tahun 2019, di tahun 2018 terdapat 97 ribu pelanggaran, dan kurang lebih 19 ribunya merupakan pelanggaran karena merokok ketika berkendara.

Larangan merokok sambil berkendara sebenarnya sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan RI Nomor PM 12 Tahun 2019 pasal 6 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor. Bahkan di Kota Bandung sendiri sudah melakukan penindakan terhadap para pengendara yang kedapatan sedang merokok sambil berkendara sejak 2018 dengan dasar hukum Undang-Undang 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas Angkutan Jalan.

Dengan adanya peraturan tentang larangan merokok sambil berkendara pun masih banyak pengendara yang melanggar hal ini. Masih banyak terlihat pengendara yang merokok sambil berkendara di jalanan. Denda yang diberikan sebesar Rp 750.000 dan kurungan maksimal 3 bulan seperti tak mempan untuk mereka menghilangkan kebiasaan yang dapat merugikan banyak pihak.

Sejauh ini belum ada kampanye tentang bahaya berkendara sambil merokok, baru ada sebatas imbauan oleh aparat, itupun tergolong masih sangat kurang efektif, nyatanya masih banyak masyarakat yang berkendara sambil merokok dan pihak-pihak penegak hukum di lapangan seakan-akan acuh untuk menindak, sehingga masyarakat pun jadi terlena.

Kampanye maupun *event* bertemakan rokok yang telah diselenggarakan sebelum-sebelumnya lebih condong ke arah edukasi tentang bahaya rokok terhadap paru-paru dan ajakan untuk tidak membuang puntung sembarangan.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

Belum ada kampanye yang lebih spesifik untuk mengedukasi tentang bahaya berkendara sambil merokok.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kampanye yang efektif dan sesuai dengan *target audience* tentang bahayanya merokok sambil berkendara khususnya yang berhubungan dengan media visual. Dengan adanya masalah ini maka perlu untuk merancang kampanye berbasis media visual tentang Bahaya Merokok Ketika Berkendara di Kota Bandung.

### KAJIAN TEORI

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”. Berdasarkan definisi tersebut, maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yakni (1) tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu (2) jumlah khalayak sasaran yang besar (3) biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu (4) melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi (Venus, 2009: 7).

Komunikasi merupakan proses yang menjadi dasar pertama memahami hakikat manusia. Dikatakan demikian karena ada aktivitas yang melibatkan peranan banyak elemen atau tahapan yang meskipun terpisah-pisah, tahapan ini saling berkaitan sepanjang waktu. Contoh, dalam suatu percakapan yang sederhana selalu ada langkah, seperti penciptaan pesan, pengiriman, penerimaan, dan interpretasi terhadap pesan (Ruben dan Stewart dalam Suryanto, 2015: 51).

Menurut Madiyant dalam bukunya *Copywriting* (2020: 39) *copywriting* adalah penggunaan kata-kata untuk mempromosikan produk, orang, perusahaan, opini, atau ide.

Ketika kita bicara tentang media, kita merujuk pada cara pesan disampaikan kepada audiensi dan sebaliknya. Media adalah semacam perantara

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

dalam model komunikasi, cara pesan dikirim dan dikembalikan oleh sumber dan penerima. Menurut Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online* (2018: 34) media *online* dapat juga disebut *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru), bisa diartikan sebagai media yang disajikan secara *online* melalui situs *website*. Salah satu area paling cepat pertumbuhannya adalah *advertising* luar ruang, yakni papan pengumuman di sepanjang jalan tol dan perkotaan, poster-poster di lokasi publik. Pengiklan memanfaatkan luar ruang karena dua alasan. Pertama, bagi pengiklan nasional, medium ini dapat memberikan pengingat kepada audiensi sasaran, seperti iklan *McDonald*. Kedua, *billboard* juga bersifat direksional, ia bertindak sebagai medium primer saat papan reklame itu berada di dekat penjualan produk.

Dalam bukunya, Lia Anggraini, dkk, *Desain Komunikasi Visual* (2014: 15) mendefinisikan desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Desain Komunikasi Visual bertujuan memengaruhi, menginformasikan, dan mengubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Pada umumnya proses desain memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam perancangan kampanye adalah metode kualitatif. Metode kualitatif biasa disebut juga metode artistik, karena prosesnya lebih bersifat seni, dan juga disebut metode *interpretive* dikarenakan hasil dari penelitiannya berhubungan dengan interpretasi terhadap data dari lapangan. Selain itu metode ini disebut juga metode naturalistik karena penelitian ini dilakukan pada kondisi alamiah, disebut juga metode etnografi, karena awalnya metode ini lebih sering digunakan dalam keilmuan antropologi budaya, dan disebut juga metode kualitatif karena data yang dikumpulkan dan proses analisisnya bersifat kualitatif (Sugiyono, 2017: 7-8).

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

## HASIL DAN DISKUSI

Dari hasil kuesioner dapat disimpulkan kegiatan berkendara sambil merokok merupakan aktivitas yang sering dijumpai oleh masyarakat di jalan raya, dan memberikan dampak yang nyata terhadap pengendara di sekitarnya.

Sebagian besar responden berpendapat bahwa aktivitas berkendara sambil merokok memiliki dampak serius terhadap kesehatan, mulai dari asap yang mengakibatkan sesak nafas, batuk, aroma tak sedap dan merusak paru-paru ketika terhirup pengendara lainnya. Bara yang menimbulkan efek kaget ketika terkena bagian tubuh secara tiba-tiba, selain itu berpotensi mengenai mata yang berakibat sangat fatal seperti iritasi hingga kebutaan. Dan tentu saja, hal-hal diatas dapat meningkatkan risiko kecelakaan baik si perokok maupun pengendara lainnya, diakibatkan hilangnya kenyamanan & konsentrasi selama berkendara.

Oleh karena itu, dalam perancangan ini perlu untuk menampilkan dampak yang diterima oleh pengendara lain kepada pengendara yang merokok, diharapkan pengendara yang merokok ketika berkendara dapat lebih sadar dengan aktivitasnya yang mengganggu.

Ada dua kampanye sejenis yang menjadi perbandingan dalam pembuatan identitas kampanye Berkendara Tanpa Bara!, antara lain *Lungs On The Run* dan *Butts Out Campaign*, maka dibuat matriks perbandingan sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks Perbandingan Kampanye Sejenis


	I	II
Nama Kampanye	<i>#LungsOnTheRun</i>	<i>Butts Out Campaign</i>
Lokasi	Jakarta, Bogot, Bandung, Surabaya, Denpasar	Surabaya
Penyelenggara	Suara Tanpa Rokok	Klub Tunas Hijau
Target Audiens	Masyarakat pulau Jawa-Bali yang hobi lari	Masyarakat kota Surabaya (perokok)
Pesan	Mengajak masyarakat untuk lebih memerhatikan kesehatan paru-paru dengan lebih sering bergerak	Mengajak para perokok untuk lebih bijak saat merokok di tempat umum
Media Umum	Media sosial	Media konvensional
Media Kreatif	Akumulasi jarak tempuh lari	Pawai kostum

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id



Logo		-
Kesimpulan	<p>Dengan mengadakan kegiatan pawai di jalan raya dapat menarik perhatian masyarakat sekitar sekaligus menyampaikan pesan kampanye kepada masyarakat untuk tidak membuang puntung rokok sembarangan</p>	<p>Beda dari <i>event</i> lari lainnya, jika <i>event</i> lari lainnya, peserta lari pada tanggal diselenggarakan acaranya, di acara ini peserta dapat lari di manapun &amp; kapanpun selama waktu yang ditentukan sampai jarak tempuh mencaai target yang ditentukan oleh penyelenggara. Dengan begitu peserta dapat bergerak secara rutin &amp; tetap sehat.</p>

Sumber: Pratama, B.T, 2020: 48-49

### KONSEP PERANCANGAN

Tujuan komunikasi yang diperoleh berdasarkan konsep ide perancangan kampanye ini adalah mengedukasi para pengguna jalanan khususnya mereka yang merokok ketika mengemudikan kendaraannya bahwa kegiatannya mengganggu pengguna jalan lainnya, dan dapat menimbulkan banyak dampak negatif.

Cara mengomunikasikan pada kampanye yang diperoleh dari tahapan observasi, akan dilakukan berdasarkan gaya hidup dari target sasaran. Informasi yang akan disampaikan dalam kampanye ini yaitu mengenai bahaya apa saja yang bisa ditimbulkan dari aktivitas merokok ketika berkendara, baik bagi pelaku maupun pengendara lainnya. Melalui pendekatan yang sesuai dengan khalayak yang sedang tren saat ini, digabungkan dengan inovasi dan teknologi dalam perancangan media visual diharapkan kampanye ini dapat menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh khalayak umum.

Pesan yang akan disampaikan dan diinformasikan pada kampanye ini adalah berdasarkan hasil observasi, analisis AIO target audiens serta analisis matriks kampanye sejenis sebelumnya. Fenomena yang terdapat dalam kampanye ini adalah masih banyaknya pengendara yang melakukan aktivitas

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

merokok ketika mengemudikan kendaraannya, dan mereka cenderung cuek dengan dampak yang diakibatkannya terhadap pengendara sekitarnya. Dampak negatif yang ditimbulkan dari merokok ketika berkendara saja tergolong diabaikan, apalagi dampak keselamatan pengendara lainnya.

Pemicu fenomena tersebut adalah kurangnya kesadaran dan kepedulian akan lingkungan di sekitarnya. Mereka cenderung hanya peduli dengan dirinya sendiri tanpa memerhatikan kondisi sekitarnya. Justru terkadang mereka malah menyalahkan posisi pengendara lain karena kurang bisa melindungi diri.

Solusinya adalah para pengendara yang merokok ketika mengemudikan kendaraannya itu diberikan informasi pengetahuan factual mengenai bahaya yang ditimbulkan dari aktivitasnya, menyadarkan mereka bahwa keluarga nya sendiri pun juga tak luput dari dampak negatifnya jika mengendarai di dekat pengguna jalanan lain yang merokok sambil berkemudi.

**Pesan :**

“Berkendara dengan aman tanpa bara dan asap rokok yang membahayakan diri sendiri dan pengendara lain.”

Pada proses pembuatan strategi pesan ini dibuat untuk menumbuhkan kesadaran khalayak sasaran untuk lebih peduli dan senantiasa membuat rasa aman selama berkendara baik dengan dirinya maupun dengan pengendara di sekitarnya

Tujuan dari pesan yang diutarakan oleh penulis dalam kampanye ini adalah untuk memberikan peringatan kepada khalayak sasaran. Dari data observasi yang dilakukan, hampir semuanya merasa resah dengan aktivitas merokok ketika berkendara ini. Dampak yang ditimbulkan sangatlah fatal, namun Sebagian besar pelaku merasa acuh dengan kondisi pengendara lainnya, sehingga mereka dapat dengan santai terus merokok ketika berkendara. Sehingga diharapkan pengendara lebih peduli tentang keaamanan ketika berkendara dan memberikan kenyamanan baik bagi diri sendiri maupun pengendara lain.

Pada perancangan kampanye ini, dibutuhkan *tagline* yang dijadikan benang merah penghubung untuk dapat diterapkan di setiap media yang akan

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id



digunakan. *Tagline* yang diperoleh, dihasilkan dari penyerdehanaan pesan yang telah dikemukakan, setelahnya sebuah kalimat yang efektif, efisien, dan mudah diingat khalayak sasaran dapat diperoleh. Sehingga sebuah *tagline* dapat mewakili kampanye secara tepat dan mampu menjadi sumber pengingat atau *reminder* bagi khalayak sasaran.

**Tagline :**

“Rasain sendiri! Jangan kasih yang lain!”

Makna dari *tagline* tersebut untuk menimbulkan rasa empati terhadap pengendara lainnya. Mereka yang merokok ketika berkendara juga harus ikut merasakan dampak yang dialami oleh pengendara di sekitarnya, dengan begitu mereka akan sadar bahwa aktivitas merokok ketika berkendara sangatlah membuat resah pengendara di sekitarnya.

**HASIL PERANCANGAN**

Dari hasil pengumpulan data dan analisis, maka tercipta identitas visual kampanye berupa logo serta *tagline* dan penerapannya pada media promosi. Visual logo dibuat agar bisa menekankan untuk tidak merokok ketika berkendara. Kata ‘Tanpa Bara!’ dibuat lebih dominan dan tegas, karena bara inilah yang banyak menimbulkan masalah bagi pengendara lain. Diharapkan para pengendara bisa lebih bertanggung jawab dengan perbuatannya yang dapat merugikan pengendara lainnya.

Gambar 1. Logo Kampanye  
Sumber: Pratama, B.T, 2020: 62

Media utama perancangan kampanye Berkendara Tanpa Bara! adalah *event*. Tujuan dari *event* adalah sebagai acara puncak dari rangkaian kegiatan kampanye ini. *Event* yang dilaksanakan berupa obrolan santai dengan beberapa

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

tokoh penting. Nantinya *event* ini berupa *live streaming* dengan set tempat seperti ruang siar radio. Hal ini sesuai dengan background pembawa acara yang akan diundang yaitu Desta & Gina sebagai penyiar radio Prambors.



Gambar 2. *Live podcast*  
Sumber: Pratama, B.T, 2020: 63

Selain itu terdapat juga berbagai media cetak seperti: poster acara, xbanner, dan baliho.



Gambar 3. Poster  
Sumber: Pratama, B.T, 2020: 65

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id



Gambar 4. xBanner

Sumber: Pratama, B.T, 2020: 67



Gambar 4. Baliho

Sumber: Pratama, B.T, 2020: 68

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

Untuk media online terdapat *Google Display Network* dan *Social Media*.



Gambar 5. *Google Display Network*  
Sumber: Pratama, B.T, 2020: 70



Gambar 5. *Instagram Profil*  
Sumber: Pratama, B.T, 2020: 71

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

## KESIMPULAN

Aktivitas merokok ketika berkendara memiliki dampak sangat fatal, baik bagi si perokok maupun pengendara di sekitarnya. Dampak yang didapat bagi si perokok adalah berkurangnya konsentrasi ketika berkendara, karena dia harus membagi konsentrasinya untuk aktivitas merokok seperti menyalakan, memegang, dan menghisap. Bagi pengendara di sekitarnya, dampak yang dialami justru sangat fatal, selain karena dapat ikut menjadi korban kecelakaan dari si perokok, pengendara lain juga berisiko terkena asap maupun bara yang dihasilkan dari rokok tersebut yang berpotensi mengenai mata si pengendara lain dan mengakibatkan iritasi hingga kebutaan. Jika terkena ketika berkendara, tentu saja kecelakaan tidak dapat dihindari dan juga berisiko mengalami kebutaan.

Kegiatan berkendara sambil merokok sudah diatur didalam Peraturan Menteri Perhubungan RI Nomor PM 12 Tahun 2019 pasal 6 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor. Pengendara yang kedapatan melanggar dapat dijatuhkan hukuman denda sebesar Rp 750.000 dan kurungan selama 3 bulan. Namun peraturan ini belum sepenuhnya ditaati, masih banyak pengendara yang cuek dan tidak bertanggung jawab.

Rangkaian *event* pada kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pengendara agar tidak merokok ketika sedang berkendara di jalan raya, menyadarkan mereka bahwa tindakannya sangat merugikan pengendara lain. Kegiatan diskusi *online* menjadi wadah yang tepat ditengah pandemi seperti saat ini untuk berbagi pengetahuan sekaligus menyadarkan para pengendara tentang bahaya merokok sambil berkendara di jalan raya. Serta didukung oleh media digital maupun cetak, diharapkan bisa lebih meningkatkan kesadaran para pengendar untuk lebih bertanggung jawab dengan aktivitasnya, sehingga tidak ada lagi korban baru yang diakibatkan bara dari rokok pengendara lain.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id



## REFERENSI

- Adinegoro A, Prahara GA, Wirasari I. 2015. *Perancangan Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya di Kota Bandung*. eProceedings of Art & Design.
- Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ardiyanti, Widi Putri. 2018. *Perancangan Identitas Visual & Penerapannya Pada Media Promosi Tempat Wisata Kabupaten Sragen*. Bandung: Universitas Telkom.
- Astuti TP. *Gaya Desain Cover Buku Karya Djenar Maesa Ayu Tahun 2016* (Doctoral dissertation, INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA).
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. 2019. *Kota Bandung Dalam Angka*. Bandung: BPS Kota Bandung.
- Basuki, A. 2015. *Makna Warna Dalam Desain*.
- Fitriana, Alditha Feby. 2018. *Perancangan Kampanye Taman Superhero-Ku Tanpa Puntung Rokok di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Karami, Mochamad Farhat. 2017. *Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita (Bagi Ayah Perokok Aktif)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Kertamukti R. 2015. *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram@ basukibtp)*. Profetik: Jurnal Komunikasi.
- Kiftiyah, I.N. Sagita, S. and Ashar, A.B. 2017. *Peran media youtube sebagai sarana optimalisasi perkembangan kognitif pada anak usia dini*.
- Madiyant, Muslikh. 2020. *Copywriting: Retorika, Iklan dan Storytelling, Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moriarty, Sandra dkk. 2015. *Advertising* (Edisi Kedelapan). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Noorsani, Karina Rahmanadya. 2019. *Perancangan Media Kampanye Sosial Produk Sarung Samarinda Bagi Generasi Muda*. Bandung: Universitas Telkom.
- Rachmat F, Wirasari I, Nurusholih S. 2018. *Perancangan Kampanye Dove Sebagai Pencegahan Dan Penanggulangan Kekerasan Dalam Pacaran*. eProceedings of Art & Design.
- Rahmawati AS, Nurusholih S, Nurbani S. 2018. *Perancangan Kampanye Penggunaan Softlens Dengan Baik Dan Benar*. eProceedings of Art & Design.
- Romli AS. 2018. *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id

Venus, Antar. 2019. *Manajemen Kampanye: Panduan teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Zharandont P. 2015. *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia*. Bandung: Universitas Telkom.

### Sumber Internet

Apriyani, Tri. 2019. "Bahaya Merokok Sambil Berkendara". <https://www.suara.com/yoursay/2019/12/24/100451/bahaya-merokok-sambil-berkendara>. Diakses 3 Maret 2020.

Budiarta. 2019. "Lari Bareng Lungs On The Run, Wujudkan 30 Juta Langkah Demi Indonesia Sehat". <https://www.balipuspanews.com/lari-bareng-lungs-on-the-run-wujudkan-30-juta-langkah-demi-indonesia-sehat.html>. Diakses 2 Maret 2020.

Corrie. 2018. "8 Pendekatan dalam Studi Komunikasi Persuasif". <https://pakarkomunikasi.com/pendekatan-dalam-studi-komunikasi-persuasif>. Diakses 3 September 2020.

Harry. 2019. "Dukung Hari Tanpa Tembakau Sedunia, Pelari Indonesia Gelar Aksi Lari Virtual 'Lungs On The Run'". <https://jakartakita.com/2019/06/02/dukung-hari-tanpa-tembakau-sedunia-pelari-indonesia-gelar-aksi-lari-virtual-lungs-on-the-run/>. Diakses 2 Maret 2020.

Lungs On The Run. 2019. <https://lungsontherun.com/>. Diakses 1 Maret 2020.

Mengenal Google Display Network (GDN). 2019. <https://www.dewaweb.com/blog/mengenal-gdn/>. Diakses 3 September 2020.

Nursyabani, Fira. 2019. "Peringati HTTS, Pemkot Bandung Galakan Selasa Tanpa Rokok". <https://www.ayobandung.com/read/2019/05/22/53033/peringati-htts-pemkot-bandung-galakkan-selasa-tanpa-rokok>. Diakses 31 Januari 2020.

Ranti, Soffya. 2019. "Wahai Pengendara yang Baik, Merokok Sambil Berkendara itu Cupu". <https://mojok.co/terminal/wahai-pengendara-yang-baik-merokok-sambil-berkendara-itu-cupu/>. Diakses 26 April 2020.

Riadi, Muchlisin. 2019. "Pengertian, Jenis dan Teknik Kampanye". <https://www.kajianpustaka.com/2019/01/pengertian-jenis-dan-teknik-kampanye.html>. Diakses 18 Agustus 2020.

Rohmatulloh, Tito. 2019. "Meski Bukan Larangan Baru, Polrestaes Bandung Catat Ada Belasan Ribu Pengendara yang Merokok". <https://bandungkita.id/2019/04/12/meski-bukan-larangan-baru-polrestabes-bandung-catat-ada-belasan-ribu-pengendara-yang-merokok/>. Diakses 2 Januari 2020.

Sukarna, Mega Nugraha. 2019. "Polrestabes Bandung Sudah Tindak Pengemudi yang Merokok, Tahun Lalu Ada 19 Ribu Pelanggar".

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id



<https://jabar.tribunnews.com/2019/04/12/polrestabes-bandung-sudah-tindak-pengemudi-yang-merokok-tahun-lalu-ada-19-ribu-pelanggar>.

Diakses 21 Desember 2019.

Tondang, Yetta. 2018. "INFOGRAFIS: Fakta seputar konsumsi rokok dan tembakau di dunia". <https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/203786-infografis-fakta-seputar-konsumsi-rokok-dan-tembakau-di-dunia>. Diakses 20 Desember 2019.

Tunas Hijau. 2005. "Kampanye Anti Puntung Rokok". <https://tunashijau.id/2005/10/kampanye-anti-puntung-rokok/>. Diakses 5 Maret 2020.

Widiaseno, Gagah Radhitya. 2019. "Gercep! Sejak 2018 Polisi Bandung Sudah Tindak Pemotor yang Merokok Sambil Berkendara". <https://www.gridoto.com/read/221694981/gercep-sejak-2018-polisi-bandung-sudah-tindak-pemotor-yang-merokok-sambil-berkendara?page=2>. Diakses 22 Desember 2019.

Universitas  
Telkom

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi DKV di Telkom University, email: bebettirtap@gmail.com

<sup>2</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: irawirasari@telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup>Pengajar Program Studi DKV di Telkom University, email: baniellen@telkomuniversity.ac.id