

ABSTRAK

Masalah lalu lintas merupakan salah satu masalah yang sulit dipecahkan. Masalah lalu lintas masih sering terjadi dikota-kota besar dan salah satunya adalah kota Bandung. Angka kecelakaan lalu lintas di kota Bandung masih terbilang cukup tinggi. Salah satunya kecelakaan lalu lintas pada usia remaja yang mengendarai kendaraan sepeda motor. Kecelakaan lalu lintas pada umumnya selalu berawal dari pelanggaran yang dilakukan oleh pengemudi dan salah satunya adalah melanggar rambu-rambu lalu lintas. Oleh karena itu diperlukannya suatu kampanye yang bertujuan untuk mengajak para pengemudi kendaraan sepeda motor usia remaja untuk mematuhi peraturan lalu lintas. Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui bagaimana cara agar remaja bisa mematuhi peraturan lalu lintas. Strategi yang digunakan pada penelitian kali ini adalah dengan memanfaatkan media sosial dan peran orang tua sebagai sasaran sekunder. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan kampanye ini adalah iklan layanan masyarakat yang ditayangkan pada media sosial youtube, videotron, dan TV karena pada iklan layanan masyarakat dapat menyampaikan pesan dengan jelas. Manfaat yang dapat diperoleh pada perancangan kampanye kali ini adalah permasalahan lalu lintas yang masih terjadi di kota Bandung dapat berkurang.

Kata kunci : *Kampanye, Lalu lintas, Remaja, Iklan layanan masyarakat.*

ABSTRACT

Traffic problem is one of the difficult problems to solve. Traffic problems are still common in big cities, and one of them is the city of Bandung. Number of traffic accidents in the city is still quite high. One was a traffic accident at the age teenager riding a motorcycle. Traffic accidents are generally always started from the violations committed by the driver and one of them is in violation of traffic signs. Hence the need for a campaign which aims to encourage motorists motorcycle adolescence to comply with traffic regulations. The method used in the present study is a qualitative method with a phenomenological approach in order to find out how teens can obey traffic laws. The strategy used in the present study is to utilize social media and the role of parents as a secondary target. Media used in conveying the message of this campaign is airing public service announcements on social media youtube, Videotron, and TV as the public service ads can convey the message clearly. The benefits to be gained in the design of this campaign is the traffic problems that still exist in the city can be reduced.

Keywords: *Campaign, Traffic, Teen, public service ads.*