

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA LUAR RUANG SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI SATUAN LALU LINTAS POLRESTA SAMARINDA DALAM MENYADARKAN MASYARAKAT SAAT BERKENDARA

Hesti Novita¹, Hairunnisa², Kadek Dristina D³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifitasan penggunaan media luar ruang sebagai media komunikasi Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam meningkatkan kesadaran masyarakat saat berkendara. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, menggunakan teori AIDDA yang menghubungkan dengan fokus penelitian, mengacu pada empat faktor yang mempengaruhi efektivitas media luar ruang yakni, visibilitas, waktu, tampilan dan lokasi. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi pada 2 key informan dengan menggunakan teknik purposive sampling dan 10 informan menggunakan teknik sampling aksidental.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui Efektivitas Penggunaan Media Luar Ruang Sebagai Media Komunikasi Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat saat Berkendara melalui faktor visibilitas terlihat efektif dan sudah tepat sasaran sesuai dengan misi dan tujuan yang ingin disampaikan. Melalui faktor waktu terlihat cukup efektif jika masyarakat mengendarai kendaraan dengan kecepatan sedang.

Melalui faktor tampilan terlihat efektif dengan memberikan gambar dan tulisan yang menarik, informan merasa sudah cukup digunakan sebagai pengingat saat berkendara. Melalui faktor lokasi terlihat cukup efektif dengan menempatkan di tempat-tempat lokasi rawan kecelakaan, namun informan merasa masih kurang banyak dan perlu adanya penambahan penempatan media luar ruang, sehingga tujuan dalam menyadarkan masyarakat saat berkendara sepenuhnya efektif.

Kata kunci : *Efektivitas, Media luar ruang, AIDDA, Kesadaran Berkendara, Kecelakaan Lalu Lintas.*

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

²Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Media merupakan alat yang digunakan sebagai mediator untuk menyampaikan pesan antar audiens. Media sebagai penyampai pesan memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Tanpa media, pesan tidak akan sampai pada kelompok audiens yang diinginkan. Oleh karena itu, pemilihan media yang tepat akan sangat menentukan apakah pesan yang ingin disampaikan pada kelompok sasaran akan sampai atau tidak (Sutisna, 2003:283).

Media telah banyak mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut tentunya disebabkan oleh teknologi dan industri yang semakin maju. Berdasarkan bentuknya media terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media luar ruang. Pada saat ini penggunaan media luar ruang sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Media luar ruang biasanya diletakkan di ruang terbuka atau di tempat-tempat yang di nilai strategis agar bisa dilihat oleh khalayak.

Penggunaan media luar ruang mempunyai tujuan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan yang berisi promosi pada suatu jasa ataupun produk. Bentuk dari media luar ruang seperti baliho, spanduk, reklame, electronic board, umbul-umbul, dan balon iklan cukup memberi pengaruh kepada orang yang sedang berada di luar rumah untuk melihat media tersebut dan berbeda dengan televisi, majalah, dan radio yang diterima di rumah.

Di Kalimantan Timur, khususnya di Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur merupakan daerah dengan jumlah kejadian kecelakaan lalu lintas paling tinggi dibanding dengan daerah lainnya. Berdasarkan data dari Kepolisian Resor Kota Samarinda, dari tahun 2013 hingga tahun 2018 kejadian kecelakaan di Kota Samarinda berjumlah 897 kasus kecelakaan dan sudah banyak nyawa melayang di jalan raya setidaknya ada 336 jiwa yang meninggal dunia serta masih banyak lagi yang belum terdata (Unit Laka Lantas Polresta Samarinda, 2018).

Disamping itu, data yang diperoleh peneliti dari Kepolisian Resor Kota Samarinda menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap keselamatan berlalu lintas masih sangat rendah dan kurangnya pemahaman para pengguna jalan raya terhadap peraturan perundang-undangan di bidang lalu lintas, yang secara normatif telah diatur dalam UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan pasal 105 sampai dengan pasal 126 tentang Tata Cara Berlalu Lintas, hal itu disebabkan oleh semakin tingginya angka kecelakaan khususnya Di Samarinda.

Melihat kondisi ini membuat pihak yang peduli terhadap keselamatan dalam berkendara seperti Kepolisian Resor Kota Samarinda dalam hal ini Unit Dikyasa dan Unit Satuan Lalu Lintas telah melakukan berbagai upaya untuk menyadarkan masyarakat betapa pentingnya keselamatan dalam berkendara dengan menggunakan berbagai media luar ruang/periklanan luar ruang sebagai alat himbuan tertib berlalu lintas. Media luar ruang yang digunakan adalah berupa spanduk, pamflet, videotron, dan iklan mobil/bus. Data penggunaan media

luar ruang yang digunakan dan ditempatkan di wilayah yang dianggap rawan terjadinya kecelakaan berjumlah 108 lembar dari berbagai sektor wilayah, diantaranya Samarinda Ulu sebanyak 15 lembar, Samarinda Ilir sebanyak 13 lembar, Samarinda Utara sebanyak 28 lembar, Samarinda Seberang sebanyak 17 lembar, Palaran sebanyak 18 lembar, dan Sungai kunjang sebanyak 17 lembar (Unit Dikyasa Polresta Samarinda, 2019). Meskipun berbagai cara telah dilakukan pihak kepolisian untuk menyadarkan masyarakat saat berkendara sehingga dapat mengurangi angka kecelakaan dengan menggunakan media luar ruang sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan himbauan tertib lalu lintas tetapi masih ada masyarakat yang tidak peduli (acuh tak acuh) akan keselamatan diri dalam berkendara.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan di atas maka yang menjadi rumusan masalah adalah “Bagaimana efektivitas penggunaan media luar ruang sebagai media komunikasi Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam Menyadarkan Masyarakat saat Berkendara?”

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektivitasan penggunaan media luar ruang sebagai media komunikasi Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam menyadarkan masyarakat saat berkendara.

Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis:

Memberikan masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam mengetahui efektivitas penggunaan media luar ruang sebagai alat media komunikasi untuk menyadarkan masyarakat saat berkendara.

2. Secara Praktis:

Diharapkan hasil penelitian ini dapat mempermudah kepolisian untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan media luar ruang dalam menyadarkan masyarakat saat berkendara, serta dijadikan bahan literatur oleh peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori AIDDA

AIDDA merupakan singkatan dari Attention, Interest, Desire, Decision, Action. Untuk menggugah atau menarik perhatian audiens pendekatan AIDDA lebih menekankan pada sisi sikap. Idealnya sebuah pesan yang efektif, harus dapat memperoleh perhatian (attention), merangsang minat (interest), membangkitkan keinginan (desire), dan mendorong terjadinya aksi (action) pembelian. (Simamora, 2008: 290).

Ketertarikan merupakan kelajuan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya suatu hasrat (desire) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Jika hanya ada hasrat saja pada diri komunikasi, maka

bagi komunikator ini belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (decision) yaitu keputusan untuk melakukan kegiatan (action) sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator (Khasali, 2010: 83).

Teori Periklanan

Menurut Monle Lee dan Carla Johnson (dalam buku Haris Munandar dan Dudy Priatna, 2007:3), Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti radio, televisi, majalah, koran, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruang atau kendaraan umum. Dalam komunitas global baru, pesan-pesan periklanan dapat ditransmisikan melalui media baru, yaitu internet.

Media Luar Ruang

Media luar ruang atau yang sering disebut sebagai iklan luar ruang/outdoor merupakan media yang terdiri dari poster-poster dalam berbagai ukuran dan papan-papan yang bercat, entah itu terbuat dari besi, kayu, atau bambu, serta dihias dan dipajang di jalan-jalan dan atau pada tempat-tempat yang terbuka yang sekiranya cukup strategis untuk dilihat sebanyak mungkin orang yang lewat. Media ini dirancang lebih mampu bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama. Setelah kedatangan teknologi digital, billboard yang dicat dengan tangan diganti dengan teknologi komputer, yang kemudian periklanan outdoor pun berkembang dengan pesat (dalam Yudha Ardhi, 2013:39).

Efektivitas Media Luar Ruang

Suatu iklan dapat dikatakan efektif, apabila tujuan dari periklanan tersebut dapat tercapai atau terlaksana dengan baik. Purnama (2001), menyatakan bahwa tujuan dari pembuatan iklan harus dapat menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pembeli tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui media iklan tersebut. Efektivitas sebuah media luar ruang dipengaruhi oleh (Kertamukti, 2015:145):

1. **Visibilitas**

Visibilitas artinya bahwa sebuah iklan harus dikaitkan dengan visi atau tujuan kepada siapa pesan akan disampaikan, serta makna apa yang terkandung di dalamnya dan mudah untuk dicerna atau dibaca. Dalam hal ini, ketepatan dalam membuat layout, ilustrasi, serta penekanan (emphasis) memegang peran penting.

2. **Waktu**

Waktu artinya pesan yang disampaikan akan dibaca oleh target audiens dalam waktu yang sangat singkat. Aspek yang berperan adalah ukuran huruf dan hierarki teks.

3. Tampilan

Tampilan yang menarik dan unik perlu diperhatikan dalam desain iklan luar ruang, karena waktu penyampaian yang sangat singkat. Penampilan yang tidak rumit dan bersifat eye catching (menyolok) perlu diperhatikan. Dengan demikian, pemilihan elemen visual dalam layout yang tepat menjadi penting.

4. Lokasi

Pemilihan lokasi yang eksklusif dan tidak berdesak-desakan dengan media yang lainnya atau menempel pada suatu bangunan tertentu penting untuk dipertimbangkan.

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian, ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Sehubungan dengan itu maka peneliti akan merumuskan konsep yang berhubungan dengan variabel yang dimaksud.

Efektivitas penggunaan media luar ruang adalah sebuah pencapaian atau keberhasilan dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan media luar ruang yang bisa menarik perhatian dan diharapkan mampu untuk memberikan sebuah informasi kepada audiens.

Media komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, menyebarkan, dan menyampaikan suatu informasi yang ingin disampaikan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan dalam penyusunan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau melukiskan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan (Kriyantono, 2006:69).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Visibilitas
2. Waktu
3. Tampilan
4. Lokasi

Teknik Analisis Data

1. ***Pengumpulan Data***

Pengumpulan data sebanyak-banyaknya dari wawancara, catatan lapangan, observasi dan bahan-bahan lainnya.

2. ***Reduksi Data***

Reduksi data dalam hal ini sebagai proses merangkum, memilah-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu sehingga dapat ditarik kesimpulan.

3. ***Penyajian Data***

Penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori.

4. ***Penarikan Kesimpulan***

Pada penarikan kesimpulan penelitian, setelah data terkumpul dan disajikan kemudian dapat diambil makna, tafsiran, argument membandingkan data dan menjadi korelasi antara satu komponen dan komponen lainnya kemudian dari semua itu ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada.

HASIL PENELITIAN

Analisis

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 10 orang warga Samarinda yang dipilih menjadi informan, terdapat jawaban yang menjawab tentang penempatan media luar ruang yang strategis bisa menyadarkan masyarakat saat berkendara sehingga dapat menekan angka kecelakaan dan lokasi penempatan media luar ruang yang dianggap strategis. Mereka beranggapan bahwa lokasi penempatan media luar ruang sudah cukup strategis, dengan penempatan yang strategis tingginya angka kecelakaan bisa ditekan dan kejadiannya bisa diminimalisir serta dengan dukungan kesadaran masing-masing pengendara saat berkendara di jalan raya. Penempatan media luar ruang di lokasi padat kendaraan (permukiman), persimpangan jalan (lampu merah), jalan poros, dan tikungan tajam dianggap tempat atau titik yang cukup strategis untuk meletakkan media luar ruang agar pengendara mudah melihat dan memperhatikan isi pesan tersebut.

Dalam penelusuran yang peneliti lakukan, ditemukan bahwa adanya media lain selain media luar ruang yang digunakan Polresta Samarinda dalam menekan angka kecelakaan lalu lintas, yaitu penggunaan media sosial baik melalui iklan maupun akun Youtube dan Facebook. Cara ini dianggap dapat membantu menyampaikan informasi terkait tertib berlalu lintas kepada masyarakat melihat hampir seluruh masyarakat melek teknologi.

Dalam hal ini, melalui Ipda Henny Merdikawati sebagai Kepala Unit Satuan Lalu lintas Polresta Samarinda dan AKP Yasir sebagai Wakil Kepala Unit Dikyasa Polresta Samarinda, mereka menilai bahwa pemilihan lokasi untuk meletakkan media luar ruang tidak bisa di sembarang tempat diperlukan observasi atau peninjauan terlebih dahulu, terutama di lokasi yang dianggap rawan terjadi kecelakaan.

Jika dilakukan perbandingan terhadap waktu melakukan penelitian dan data kecelakaan lalu lintas kurun waktu satu bulan setelah penelitian maka dapat dibuktikan bahwa penggunaan media luar ruang sudah efektif dalam

menyadarkan masyarakat saat berkendara sehingga dapat menekan angka kecelakaan lalu lintas. Data tersebut menunjukkan bahwa pada Bulan Februari ada 12 jumlah kecelakaan lalu lintas yang terjadi di wilayah kerja Polresta Samarinda, menurun 1% pada Maret yang berjumlah 11 lakalantas, kemudian menurun lagi pada April menjadi 9 kecelakaan lalu lintas (data dilampirkan). Jika merujuk pada data angka kecelakaan lalu lintas yang terjadi tiap tahun dapat dilihat bahwa ada penurunan dimana pada tahun 2017 angka kecelakaan lalu lintas menembus 171 kejadian dan pada 2018 menjadi 119 kejadian laka dan melewati pertengahan tahun ini yaitu Januari hingga Agustus 2019 berjumlah 76 kejadian laka. Dari data tersebut dapat menunjukkan efektifitas penggunaan media luar ruang yang bertujuan mengurangi angka kecelakaan lalu lintas dapat dikatakan berhasil.

Pembahasan

Visibilitas

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diketahui bahwa penyampaian pesan dengan menggunakan media luar ruang menggunakan bahasa yang tidak berbelit, singkat, padat dan jelas. Sehingga pengendara dapat membacanya sekilas baik disaat jalan maupun berhenti. Penggunaan warna pada tulisan pesan yang disampaikan juga mencolok agar menarik perhatian. Biasanya peletakan media luar tersebut berada minimal 50 meter dari lokasi rawan kecelakaan. Sebagaimana gambar diatas yang merupakan media luar ruang yang penulis teliti sesuai dengan teori yang disampaikan Jefkins (1997:128) bahwa: “Karakteristik iklan luar ruang salah satunya dapat berupa pesan-pesan singkat yang dimaksudkan menarik perhatian orang-orang yang sedang bergerak, dan poster mungkin saja hanya dilihat dari kejauhan, maka kalimat atau pesan-pesan tertulis biasanya dibuat terbatas pada slogan singkat, namun tetap menarik perhatian khalayak serta dihiasi dengan berbagai macam warna, dengan gambar-gambar dan pemandangan yang realitis sehingga memudahkan khalayak untuk mengingat produk (pesan) yang diwakilinya.”

Waktu

Dari informasi yang penulis himpun juga diketahui bahwa media luar ruang biasanya dipasang disaat cuaca buruk, tikungan maupun jalan rusak sebab berupa peringatan pada pengendara. Pada hari besar seperti idul fitri, natal maupun tahun baru dimana masyarakat buru-buru dan intensitas kendaraan meningkat di jalan raya meskipun pada saat hari biasa juga dipasangan informasi melalui media luar ruang tersebut. Penggunaan huruf dan hirarki teks pada media luar ruang standard dan sudah ditentukan sesuai dengan aturan. Dengan menggunakan huruf kapital agar pesan yang disampaikan dapat dibaca dengan jelas sedangkan ukuran huruf tidak terlalu besar maupun kecil, dan penggunaan ukuran huruf pada brosur spanduk maupun stiker masing-masing berbeda sebab pesan yang disampaikan berbeda.

Tampilan

Informasi yang penulis himpun dari pengemudi di jalanan juga mendukung pemasangan media luar tersebut. Pengemudi merasa media luar cukup menarik perhatian sehingga dapat memberikan kesadaran atas informasi yang diberikan terkait himbauan atau informasi berkendara. Meski diakui bahwa tingkat kecelakaan tidak bisa diukur dari tampilan media luar namun para pengendara sudah cukup terbantu dengan tampilan media luar ruang yang menarik. Namun, ada juga pengendara yang merasa media luar ruang tersebut kurang efektif karena faktor mengemudi yang cukup laju, tetapi diakui jika menempatkan media luar ruang pada titik pemberhentian seperti lampu merah akan lebih mudah dibaca. Diakui oleh pengendara bahwa ukuran media luar ruang yang dipasang sudah cukup jelas untuk dilihat, meski begitu beberapa pengendara juga menyarankan agak ukuran tersebut dapat diperbesar atau pihak kepolisian dapat memiliki billboard khusus yang dapat memberikan informasi tentang keselamatan berkendara. Pernyataan tersebut didukung dengan data (data terlampir) jumlah kecelakaan lalu lintas dimana pada saat penelitian yang dilakukan bulan Februari kecelakaan lalu lintas berjumlah 12 kejadian, menurun pada Maret berjumlah 11 kejadian dan menurun lagi pada April berjumlah 9 kejadian.

Lokasi

Pengguna jalan yang penulis wawancarai dalam penelitian ini mengakui, penempatan media luar ruang oleh Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam hal ini Unit Dikyasa sudah strategis dan biasa mereka temukan di jalan pada lokasi rawan, meski begitu ada harapan dari pengguna jalan untuk terus menambah media luar ruang di beberapa titik keramaian. Pengendara mengakui dengan adanya media luar ruang yang disebar oleh anggota Satuan Lalu Lintas Polresta Samarinda dalam hal ini Unit Dikyasa dapat menjadi pengingat agar berhati-hati dalam berkendara. Pernyataan tersebut didukung dengan data (data terlampir) jumlah kecelakaan lalu lintas dimana pada saat penelitian yang dilakukan bulan Februari kecelakaan lalu lintas berjumlah 12 kejadian, menurun pada Maret berjumlah 11 kejadian dan menurun lagi pada April berjumlah 9 kejadian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Penggunaan media luar ruang dalam faktor visibilitas pada masing-masing informan berpendapat, media luar ruang yang berupa spanduk, baliho, stiker, pamflet, dan brosur dianggap bisa membantu masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam berkendara. Namun, masih dirasa kurang efektif. Karena itu terlihat dari angka pelanggaran yang diperoleh peneliti di lapangan. Meski tujuan dari pemasangan media luar ruang sudah tepat sasaran, namun beberapa pengendara masih tak mempedulikan pesan yang disampaikan. Sehingga, peneliti menilai, dari faktor visibilitas dirasa tidak efektif.

2. Ukuran huruf dan hierarki teks di tulisan media luar ruang dinilai sudah sesuai, disampaikan dengan singkat, lugas, dan jelas. Namun, ukuran huruf media luar ruang terkadang membuat pengendara tak bisa membaca dengan waktu yang singkat. Dari hasil penelitian, terkadang pemilihan ukuran huruf dan teks dianggap masih kurang terlihat. Sehingga, waktu yang digunakan pengendara untuk memahami pesan yang disampaikan Satlantas Polresta Samarinda di bawah Unit Dikyasa pada media luar ruang belum efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat saat berkendara.
3. Penggunaan media luar ruang dengan tampilan menarik sejatinya bisa meningkatkan kesadaran masyarakat saat berkendara, dan bisa membantu mengurangi tingginya angka kecelakaan. Namun, tampilan media luar ruang dianggap tidak bisa maksimal karena sudah pudar bahkan ada yang tersobek, sehingga tidak maksimal terlihat. Selain itu, jangkauan untuk melihat media luar ruang lingkungannya terbatas.
4. Penempatan media luar ruang yang strategis sebenarnya bisa membantu memberikan imbauan dan pengingat kepada pengendara. Namun, dianggap tidak efektif lantaran tidak terlihat jelas oleh pengendara. Sehingga pesan yang disampaikan tidak maksimal. Selain itu, penempatan media luar ruang terlindung pepohonan dan rumput liar menjadikan isi pesan tak bisa dibaca pengendara. Selain itu, tingginya angka pelanggaran yang terjadi setiap tahunnya, menandakan masih banyak pengendara yang tidak menyadari pentingnya ketertiban keselamatan berkendara.

Saran

1. Pihak Satlantas Polresta Samarinda di bawah Unit Dikyasa diharapkan dapat memperbanyak jumlah titik pemasangan media luar ruang di Samarinda. Selain itu, juga diharapkan dapat memberikan sosialisasi berkala secara langsung kepada masyarakat tentang keselamatan berkendara dengan bekerjasama dengan menggandeng tokoh masyarakat untuk menarik perhatian pengendara.
2. Masyarakat Samarinda diharapkan dapat berkerjasama dengan baik dalam hal ini lebih menyadari pentingnya keselamatan dalam berkendara dan mematuhi aturan yang telah ditetapkan Kepolisian.
3. Perlu adanya inovasi-inovasi terbaru untuk menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada pengendara terkait aturan berlalu lintas. Hal itu diperlukan agar pengendara tetap patuh dan waspada dalam berkendara.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut variable lain yang dapat mempengaruhi efektivitas media luar ruang untuk menekan angka kecelakaan lalu lintas.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhi, Yudha. 2013. Merancang Media Promosi Unik Dan Menarik. PT. Macananjaya Cemerlang, Yogyakarta.

- Baran, Stanley. 2012. Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5 Melek Media dan Buday. PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Jefkins, F. 1995. Periklanan. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta. Kertamukti, R. 2015. Strategi dalam Periklanan. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Kriyantono, R. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group, Surabaya.
- Maleong, L.J.2009. Metode Penelitian Kualitatif (edisi revisi). Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Miles dan A. Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Monle, Lee, dan Carla Johnson. 2007. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. PT. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Intrans Publishing, Malang.
- Purnama, Lingga. 2006. Strategic Marketing Plan. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soegiyono. 2007. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Suhandang, Kustadi. 2010. Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi. PT. Nuansa, Bandung.
- Suyanto, M. 2006. Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia. PT. ANDI, Yogyakarta.

Internet:

<https://pakarkomunikasi.com/teori-aidda-dalam-periklanan>

<https://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>

http://etheses.uin-malang.ac.id/2094/7/08510046_Bab_3.pdf

Sumber lain:

Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum.