

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN TANGGUNG JAWAB UNTUK MENJAGA KESELAMATAN BERSAMA BAGI PARA WISATAWAN PENYEWAWA KENDARAAN BERMOTOR DI BALI SELATAN

Mohammad Imam Haliman Ghofur¹, Wiwi Isnaini²
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional
Bandung

E-mail: hello.imanhaliman@mhs.itenas.ac.id, wiji@itenas.ac.id

Abstrak

Bali menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya dengan pantainya yang indah, budaya yang kaya, dan kehidupan malam yang semarak, namun kepadatan yang berlebihan menyebabkan kemacetan lalu lintas. Penyewaan sepeda motor menawarkan fleksibilitas namun sering kali mengakibatkan kecelakaan karena ketidaktahuan terhadap peraturan lalu lintas setempat. Melalui kampanye ini diharapkan dapat mengurangi kecelakaan dan memastikan pengalaman perjalanan yang positif bagi wisatawan internasional dengan cara menggunakan tone & manner yang antusias, sarkasme, visual yang mencolok, dan nada yang ceria untuk menyoroti absurditas dari mengabaikan keselamatan, membandingkan berkendara yang aman dengan mengemudi yang sembrono sebagai pengalaman yang mendebarkan.

Kata Kunci: bali selatan; turis mancanegara; sewa kendaraan; keselamatan berkendara

Abstract

Bali attracts millions of tourists each year due to its magnificent beaches, rich culture, and bustling nightlife. However, overpopulation causes traffic congestion. Motorcycle rentals provide freedom, however they frequently result in accidents owing to unfamiliarity with local traffic restrictions. This campaign attempts to prevent accidents and provide a good travel experience for international visitors by utilizing a tone and manner of excitement, sarcasm, eye-catching imagery, and an enthusiastic tone to show the folly of neglecting safety, comparing safe driving with irresponsible driving as an exciting experience.

Keywords: south bali; international tourist; vehicle rental; driving safety

1. Pendahuluan

Bali adalah tujuan wisata tropis yang menarik, setiap tahunnya menarik jutaan wisatawan global dengan pantainya yang indah, kekayaan budaya, dan kehidupan malamnya yang semarak. Namun, kepadatan yang berlebihan di kawasan populer menyebabkan kemacetan lalu lintas, sehingga menyulitkan perjalanan. Menyewa sepeda motor menawarkan fleksibilitas dan kebebasan kepada wisatawan untuk menjelajahi objek wisata di pulau ini, namun sering kali mengakibatkan kecelakaan karena ketidaktahuan terhadap peraturan lalu lintas setempat.

Kecelakaan-kecelakaan ini, mulai dari cedera ringan hingga kematian, menimbulkan risiko bagi wisatawan dan berdampak pada industri pariwisata lokal dan masyarakat. Masalah keselamatan jalan wisata di Bali telah mendapat perhatian karena meningkatnya penyewaan sepeda motor dan kecelakaan terkait. Meskipun infrastruktur sudah membaik, terdapat kebutuhan mendesak untuk kampanye keselamatan berkendara komprehensif yang disesuaikan dengan wisatawan.

Proposal penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kampanye keselamatan berkendara yang efektif dan menarik bagi wisatawan sewa sepeda motor di Bali. Dengan meningkatkan kesadaran, memberikan pendidikan, dan mempromosikan praktik mengemudi yang aman, kampanye ini berupaya mengurangi kecelakaan dan memastikan wisatawan dapat menjelajahi Bali dengan aman. Upaya ini akan meningkatkan citra Bali sebagai destinasi wisata yang bertanggung jawab sekaligus menjaga keindahan alam dan warisan

budayanya untuk generasi mendatang.

2. Metode/Proses Kreatif

Metodologi ini menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk memahami keselamatan jalan wisata di Bali.

1. Pengumpulan Data

Analisis Data Kecelakaan

Menganalisis data riwayat kecelakaan yang melibatkan wisatawan penyewa sepeda motor untuk mengidentifikasi pola, lokasi, dan penyebab kecelakaan, serta menentukan prioritas kampanye.

Demografi Wisatawan

Kumpulkan data demografi wisatawan yang menyewa sepeda motor, termasuk usia, kebangsaan, dan pengalaman berkendara untuk menyesuaikan pesan keselamatan.

2. Survei dan Wawancara

Survei Wisatawan

Survei wisatawan yang menyewa sepeda motor tentang kesadaran mereka terhadap peraturan lalu lintas setempat, pengalaman berkendara, dan sikap terhadap keselamatan untuk memandu pengembangan konten.

Wawancara Agen Penyewaan

Wawancarai agen persewaan sepeda motor untuk memahami pandangan mereka tentang keselamatan wisatawan, langkah-langkah keselamatan yang ada, dan tantangannya.

3. Pengembangan Konten

Konsultasi Ahli

Berkolaborasi dengan pakar keselamatan jalan raya, otoritas setempat, dan pakar komunikasi untuk membuat materi kampanye yang menarik dan relevan seperti brosur, video, dan modul online.

Percobaan

Uji materi kampanye dengan sekelompok kecil wisatawan dan perbaiki berdasarkan masukan.

4. Pengujian Evaluasi

Menerapkan kampanye keselamatan berkendara dalam skala yang lebih besar dan evaluasi efektivitasnya melalui perubahan perilaku wisatawan, tingkat kecelakaan, dan respons survei. Melakukan studi observasional untuk mendorong praktik mengemudi yang aman berdasarkan data yang diperoleh.

5. Penyebaran

Menggunakan pendekatan multi-saluran untuk penjangkauan kampanye, memanfaatkan situs web perjalanan, media sosial, agen perjalanan, dan agen persewaan untuk memastikan jangkauan dan aksesibilitas yang luas bagi wisatawan.

3. Diskusi/Proses Desain

Dari tahun 2022 hingga 2023, terdapat peningkatan yang mengejutkan dalam jumlah kasus kecelakaan lalu lintas sebesar 106%, dengan sepeda motor menyumbang 86% dari jumlah kendaraan yang terlibat. Selain itu, angka kematian akibat kecelakaan lalu lintas meningkat sebesar 25,9%, yang menunjukkan betapa parahnya masalah ini. Bali Selatan, termasuk Kabupaten Badung dan Kota Denpasar, menjadi titik rawan kecelakaan, terutama pada periode puncak wisatawan dan akhir pekan.

Faktor Penyumbang Kecelakaan Lalu Lintas

Masuknya wisatawan, ditambah dengan infrastruktur dan kondisi jalan yang tidak memadai, turut berkontribusi terhadap meningkatnya kecelakaan lalu lintas di Bali. Praktik penyewaan, seperti mengantarkan kendaraan langsung ke lokasi wisata tanpa memberikan pedoman mengemudi yang komprehensif, semakin memperburuk risikonya. Selain itu, kepadatan jalan di destinasi wisata populer, ditambah dengan medan yang menantang dan upaya menghindari rintangan, meningkatkan kemungkinan kecelakaan.

Perilaku Wisatawan dan Faktor Risiko

Kurangnya kesadaran dan kepatuhan wisatawan terhadap peraturan lalu lintas, ditambah dengan perilaku berisiko seperti mengemudi di bawah pengaruh alkohol, berkontribusi signifikan terhadap kecelakaan lalu lintas. Insiden-insiden yang viral, seperti pengendara sepeda motor asing yang melakukan perilaku sembrono, menggarisbawahi perlunya peningkatan kesadaran keselamatan dan tindakan penegakan hukum. Selain itu, insiden kerusakan dan pencurian sepeda motor menyoroiti implikasi finansial dan risiko keselamatan yang terkait dengan praktik persewaan.

Untuk lebih memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kecelakaan lalu lintas pada wisatawan asing di Bali, dilakukan survei terhadap 40 responden, terutama dari Australia, dengan rentang usia rata-rata 26-35 tahun. Survei ini bertujuan untuk menyelidiki berbagai hipotesis terkait dengan perilaku mengemudi, pemahaman terhadap peraturan lalu lintas setempat, dan persepsi terhadap keselamatan jalan raya.

Perilaku dan Adaptasi Mengemudi

Responden yang lebih muda belum tentu menunjukkan perilaku mengemudi yang lebih berisiko. Wisatawan dari negara-negara yang menganut paham sayap kiri, seperti Australia, beradaptasi lebih baik di Bali, sementara wisatawan dari negara-negara yang menganut paham sayap kanan mengalami kesulitan dengan rambu-rambu dan kondisi yang tidak biasa.

Rutinitas dan Keterampilan Berkendara

Pengemudi yang sering mengemudi di negara asalnya menunjukkan keterampilan dan kepercayaan diri yang lebih baik. Wisatawan yang diberi informasi persewaan komprehensif berkendara dengan lebih aman, sehingga menekankan pentingnya penyewa yang berpengetahuan luas.

Keakraban dengan Hukum Lalu Lintas dan Persepsi Keselamatan

Pengetahuan yang terbatas tentang peraturan lalu lintas setempat meningkatkan pelanggaran peraturan dan kecelakaan. Wisatawan yang menganggap jalanan di Bali kurang aman cenderung mengemudi dengan lebih hati-hati, hal ini menunjukkan bahwa persepsi keselamatan mempengaruhi perilaku.

Pengalaman Kecelakaan dan Perilaku Berisiko

Mereka yang mengalami kecelakaan kemudian mengemudi dengan lebih hati-hati, hal ini menunjukkan adanya efek pembelajaran. Responden yang ngebut lebih cenderung melakukan perilaku berisiko lainnya, sehingga menunjukkan kecenderungan untuk mengambil risiko.

Penggunaan Ponsel dan Persepsi Terhadap Signage

Responden sering menggunakan ponsel untuk menelepon dan peta saat mengemudi. Mereka yang meyakini bahwa rambu-rambu dan peraturan perundang-undangan memerlukan perbaikan akan mengalami lebih banyak tantangan navigasi, bergantung pada aplikasi, dan menghadapi potensi gangguan.

Rekomendasi untuk Keselamatan Berkendara

Memperbaiki rambu-rambu jalan, meningkatkan kampanye kesadaran, menegakkan peraturan lalu lintas dengan ketat, menyediakan peralatan mengemudi yang lengkap, dan mendidik penyewa tentang lalu lintas lokal untuk mempromosikan mengemudi yang bertanggung jawab.

Permasalahan Umum dan Permasalahan Desain Komunikasi Visual

Wisatawan di Bali sering kali mengemudi dengan risiko karena ketidaktahuan akan peraturan lalu lintas dan gangguan. Rambu-rambu jalan yang tidak memadai dan kampanye pemerintah yang tidak efektif berkontribusi terhadap masalah keselamatan jalan raya, sehingga memerlukan pendekatan yang komprehensif.

Analisis SWOT

Analisis SWOT memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal terkait keselamatan lalu lintas di kawasan wisata Bali.

Strengths

Karena terbiasa dengan pola lalu lintas yang serupa, wisatawan dari negara yang lazim mengemudikan mobil menggunakan tangan kiri akan lebih mudah membiasakan diri

mengemudi di Bali. Perusahaan persewaan meningkatkan kesadaran dan persiapan wisatawan dengan menawarkan perlengkapan berkendara yang lengkap dan edukasi singkat tentang lalu lintas Bali. Wisatawan cenderung mengemudi dengan lebih aman karena mereka memiliki pengetahuan dasar tentang peraturan lalu lintas.

Weaknesses

Meski sadar, wisatawan terus melakukan praktik mengemudi berisiko yang membahayakan keselamatan mereka. Beberapa pelancong meningkatkan risiko kecelakaan dengan meremehkan atau mengabaikan peraturan lalu lintas dan tindakan pencegahan keselamatan. Inisiatif pemerintah untuk mendorong praktik mengemudi yang lebih aman belum terlalu berhasil. Menegakkan dan memastikan kepatuhan terhadap undang-undang lalu lintas bisa jadi sulit, sehingga menimbulkan masalah keselamatan yang berkelanjutan.

Opportunities

Ada peluang untuk memperluas upaya kesadaran untuk mendorong wisatawan mengemudi secara bertanggung jawab. Penegakan peraturan lalu lintas yang lebih ketat dan penerapan hukuman yang lebih keras atas pelanggaran dapat mengidentifikasi perilaku berisiko dan meningkatkan kepatuhan. Bekerja sama dapat memperkuat peraturan dan standar keselamatan untuk memastikan wisatawan memiliki peralatan dan persiapan yang tepat. Langkah-langkah keselamatan jalan raya dapat dibuat lebih efektif dengan menggunakan teknologi untuk penegakan hukum dan pemantauan.

Threats

Meningkatnya jumlah pengemudi ugal-ugalan yang merupakan wisatawan merupakan ancaman serius terhadap keselamatan jalan raya. Peningkatan kecelakaan dan cedera dapat merusak reputasi industri pariwisata Bali dan mengubah preferensi serta sikap pengunjung. Salah satu tantangan terbesar dalam menerapkan praktik mengemudi yang lebih aman adalah perlunya mengubah keyakinan dan perilaku keselamatan jalan raya yang selama ini dipegang teguh. Keberhasilan penerapan program keselamatan jalan raya akan menjadi lebih sulit jika pendanaan dan perencanaan tidak mencukupi.

Aplikasi Analisis SWOT

Analisis SWOT menunjukkan beberapa implikasi strategis sebagai berikut:

Strategi SO

Memanfaatkan kekuatan yang ada, seperti kesadaran wisatawan terhadap peraturan lalu lintas, untuk memanfaatkan peluang, seperti memperkuat kampanye pendidikan.

Strategi ST

Memitigasi potensi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, seperti berkolaborasi dengan bisnis rental untuk mengatasi perilaku berkendara berisiko.

Strategi WO

Mengatasi kelemahan, seperti kampanye yang tidak efektif, untuk mengejar peluang, seperti melakukan inisiatif pendidikan yang lebih berdampak.

Strategi WT

Mengatasi kerentanan, seperti perilaku mengemudi yang berisiko, untuk memitigasi ancaman, seperti dampak negatif terhadap reputasi dan keselamatan pariwisata.

Situasi saat ini

Wisatawan di Bali menunjukkan beragam kemampuan mengemudi, namun kasus ketidakpatuhan terhadap peraturan lalu lintas dan penggunaan peralatan keselamatan yang tidak lengkap masih terus terjadi, sehingga menimbulkan risiko bagi pengguna jalan dan penyewa kendaraan.

Kondisi Ideal

Idealnya, wisatawan akan mengoperasikan kendaraan sewaan dengan bijak dan kompeten, mematuhi peraturan lalu lintas dan menggunakan peralatan keselamatan lengkap yang disediakan oleh agen persewaan.

Rumusan Masalah

Permasalahan umum mengenai perilaku mengemudi berisiko di kalangan wisatawan di Bali menyebabkan seringnya terjadi kecelakaan, yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti

ketidakpatuhan terhadap peraturan setempat, kampanye kesadaran yang tidak efektif, dan latar belakang mengemudi yang beragam.

Penyelesaian Masalah

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, sebuah strategi komprehensif diusulkan, yang mencakup pendidikan, penegakan hukum, dan kolaborasi pemangku kepentingan. Strategi ini melibatkan peningkatan kampanye kesadaran bagi wisatawan, menekankan peraturan lalu lintas setempat, norma keselamatan jalan raya, dan pemahaman rambu melalui media multibahasa dan interaktif.

Penawaran Desain

Kampanye keselamatan berkendara akan dilakukan melalui media periklanan pada aplikasi media sosial dan papan reklame yang ditempatkan secara strategis di titik-titik kedatangan wisatawan internasional, termasuk bandara, pelabuhan, destinasi populer, dan kawasan dengan lalu lintas tinggi seperti lampu lalu lintas di sudut jalan.

Tujuan Jangka Pendek

Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesadaran di kalangan wisatawan tentang konsekuensi dari mengemudi secara sembrono dan mendorong perilaku yang lebih aman. Hal ini akan dicapai melalui penerapan kampanye keselamatan berkendara di titik kedatangan utama, daerah dengan lalu lintas tinggi, dan destinasi populer.

Tujuan Jangka Panjang

Tujuan utamanya adalah untuk menanamkan budaya mengemudi yang bertanggung jawab di kalangan wisatawan, sehingga menghasilkan dampak yang berkelanjutan. Hal ini termasuk mengurangi kecelakaan lalu lintas, meningkatkan keselamatan jalan raya, dan mendorong perubahan positif dalam perilaku berkendara dari waktu ke waktu.

Target Kampanye

Target audiensnya terdiri dari pria dan wanita berusia 18-35 tahun dengan tingkat pendapatan menengah ke atas, terutama dari luar negeri, yang masuk melalui bandara dan tempat wisata populer. Mereka menyewa kendaraan untuk eksplorasi pribadi, terlibat dalam periklanan, menggunakan media sosial dan aplikasi seluler, dan menjalani gaya hidup petualang, mencari kegembiraan, kenyamanan, dan kemandirian dalam mengambil keputusan perjalanan.

Insights

Wisatawan mencari petualangan dan pengalaman mendebarkan, menghargai eksplorasi solo, dan menginginkan momen autentik untuk dibagikan. Mereka membutuhkan pilihan kendaraan yang aman dan nyaman, informasi yang dapat diandalkan, dan layanan untuk kelancaran perjalanan. Kekhawatiran akan pengalaman berkendara yang tidak aman, gangguan tak terduga, dan penundaan, yang bertujuan untuk memberikan pengalaman tak terlupakan dan memperkaya budaya di Bali.

Perancangan Pesan

What to say

“CLOSE CALLS, OPEN ROADS.”

Taglinenya ini menggunakan permainan kata-kata untuk menciptakan pesan yang berkesan dan berdampak dengan makna ganda, terutama cocok untuk kampanye sarkastik yang mempromosikan praktik berkendara yang aman. Berikut rincian taglinenya:

CLOSE CALLS

Mengacu pada situasi nyaris kecelakaan atau berbahaya yang sering dihadapi pengendara ketika tidak mengikuti peraturan keselamatan. Ini menyiratkan bahwa jika Anda ingin merasakan sensasi nyaris celaka dan pertemuan berbahaya, abaikan tindakan keselamatan.

OPEN ROADS

Mengacu pada kebebasan dan petualangan berkendara di jalan terbuka dan tidak dibatasi. Ini menyarankan bahwa dengan mengabaikan keselamatan, Anda membuka diri terhadap situasi yang lebih 'petualang' dan tidak terkendali di jalan.

Kampanye ini mempromosikan kebiasaan mengemudi yang aman dan bertanggung jawab di kalangan wisatawan internasional di Bali, menekankan pentingnya memprioritaskan keselamatan untuk mencegah kenaikan angka kecelakaan dan memastikan pengalaman perjalanan yang positif bagi wisatawan internasional.

How to say

Kampanye ini menggunakan penyampaian yang antusias dan sarkastik untuk menggarisbawahi kebodohan mengabaikan keselamatan. Ini menampilkan berkendara tidak aman sebagai hal yang mendebarakan melalui visual yang jelas dan musik yang ceria, membandingkannya dengan berkendara aman sebagai pengalaman biasa. Hal ini memposisikan mengemudi secara sembrono sebagai solusi atas monotonnya perjalanan yang bertanggung jawab, dan menjadikannya sebagai pintu gerbang menuju petualangan otentik di Bali.

Gaya Bahasa

Dengan pendekatan sarkastik mengenai penekanan dampak dari kelalaian berkendara, kita dapat menggunakan beberapa majas atau kiasan untuk menyempurnakan pesan sebagai berikut:

Ironi: Menggunakan pujian berlebihan untuk perilaku sembrono, bandingkan dengan pentingnya keselamatan.

Litotes: Meremehkan pentingnya langkah-langkah keselamatan sambil menekankan kegembiraan dan sensasi pengalaman berkendara.

Hiperbola: Pernyataan yang berlebihan untuk memberi penekanan atau efek komedi, yang dapat memperparah sarkasme.

Paradoks: Menyajikan ide-ide yang kontradiktif dengan cara yang cerdas atau jenaka, bermain sesuai ekspektasi penonton.

Manfaat Sarkasme dalam Kampanye Keselamatan Berkendara

Sarkasme menarik perhatian, membuat tips keselamatan mudah diingat dan membina hubungan emosional untuk mendorong kebiasaan mengemudi yang lebih aman secara universal.

Laswell Model

Who

KEPOLISIAN DAERAH BALI dan DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI

Says What

Mendorong berkendara yang aman bagi wisatawan di Bali dengan humor, menekankan peran penting keselamatan dalam perjalanan yang menyenangkan dan pencegahan kecelakaan.

To Whom

Media periklanan seperti media cetak, platform digital, billboard, atau media sosial.

In Which Channel

Turis internasional yang berkunjung ke Bali, khususnya dewasa muda (18-35 tahun) yang menyewa kendaraan untuk transportasi.

With What Effect

Mendorong wisatawan untuk menerapkan perilaku mengemudi yang bertanggung jawab untuk mencegah kecelakaan dan memastikan pengalaman perjalanan yang positif.

Creative Approach (Copy Ads & No Copy Ads)

Comparative Juxtaposition

Membandingkan secara visual cara berkendara yang aman dan sembrono di antara wisatawan dewasa muda secara efektif menyoroiti perilaku bertanggung jawab di belakang kemudi.

A Change of Perspective

Membangkitkan ulang berkendara yang aman agar sejalan dengan semangat petualangan generasi muda menekankan pilihan yang bertanggung jawab di jalan.

Provocation & Shock Tactic

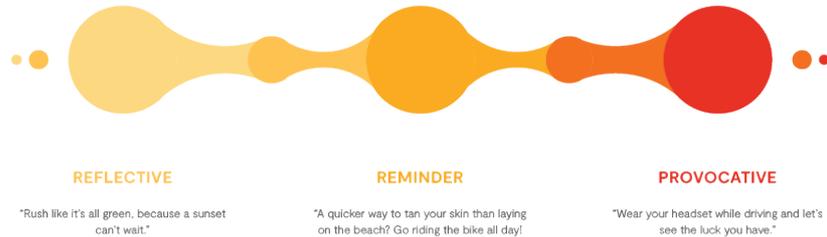
Penggunaan visual atau pesan yang provokatif untuk mendapatkan respons emosional yang kuat dapat meningkatkan kesadaran mengenai konsekuensi berkendara yang tidak aman di kalangan wisatawan dewasa muda.

Spoof dan Parodi

Konten yang lucu dan menyindir dapat mendukung dan menghibur pemirsa tentang berkendara yang aman, menghilangkan stereotip tentang mengemudi di Bali secara efektif.

Hasil Perancangan

Tone & Manner



Gambar: Tone & Manner Nearmissed

Citra Merek harus menonjolkan kegembiraan liburan dan momen menjelang kematian, sebagian besar menggunakan gambar manipulatif dengan Iklan Tanpa Salinan. Konten yang diposting harus diambil dengan warna putih sederhana, cerah, dengan atau tanpa alat peraga.

Identitas Brand Kampanye



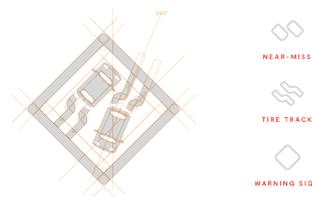
Gambar: Identitas Logo Nearmissed

Nearmissed adalah Kampanye merek berfokus pada mempromosikan praktik mengemudi yang aman dengan sentuhan humor dan sarkasme.

Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menghindari kejadian nyaris celaka dan mencegah kecelakaan di jalan melalui konten yang menarik dan menghibur.

Struktur Brandmark

Logo atau logogram untuk mewakili nilai-nilai merek, logo mengkomunikasikan antara perusahaan dan konsumen. Selain produk itu sendiri, ia merupakan elemen pertama yang menghadirkan layanan. Selain itu, logo merupakan elemen identitas kita yang paling terlihat, sekaligus menjadi tanda tangan universal di semua media komunikasi Nearmissed.



Gambar: Struktur Logo Nearmissed

Logogram kami adalah simbol Papan Lalu Lintas (bahaya), Dua Kendaraan yang saling berpapasan (nyaris celaka), dan Tanda Ban di aspal (rem paksa). Mewakili inti dari nama Nearmissed itu sendiri, kedua kendaraan tersebut nyaris bertabrakan.



**LEMON
MILK**

**ABCDE FGHIJ KLMNO
PQRSTU VWXYZ 123#***

It is taken from **LEMON MILK** typeface, inspiring for a **BOLD** image and **ADRENALINE RUSH** feel.

Gambar: Struktur Wordmark Nearmissed

Merek kami adalah landasan identitas kami, mewakili kualitas merek kami yang tepat dan dapat diandalkan melalui simbol dan tanda kata yang jelas. Penggunaan Merek yang Hampir Terlewatkan secara konsisten memastikan identitas merek yang terpadu, yang penting untuk menjaga integritas merek kami. Itu tidak boleh diubah atau didistorsi. Tanda tersebut digunakan di seluruh materi cetak, iklan, kemasan, dan platform digital, memastikan keterbacaan dan representasi yang efektif di berbagai media.

Collateral



Gambar: Stationery Nearmissed

Alat tulis kampanye harus konsisten dan mencerminkan humor dan gaya merek Anda. Ini harus mendidik, menawarkan tips keselamatan, dan mendorong interaksi melalui kode QR. Distribusikan secara luas dan perbarui berdasarkan masukan agar tetap menarik dan informatif.



Gambar: Attributes Nearmissed

Kampanye ini secara efektif menggunakan humor sarkastik dan visual yang jelas untuk menekankan keselamatan berkendara di Bali, sehingga memastikan pesan tersebut dapat diterima oleh wisatawan internasional. Dengan memadukan wawasan budaya dengan saran praktis dan menggabungkan elemen interaktif seperti kuis dan kontes, kampanye ini menjadikan pendidikan keselamatan menarik dan berkesan. Secara keseluruhan, strategi-strategi ini bekerja sama untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perilaku mengemudi yang lebih aman, dengan menggunakan barang-barang seperti helm, gantungan kunci, stiker, kaos oblong, dan buku panduan saku sebagai alat kampanye.

Aktivasi Kampanye Luring

Poster Iklan



Gambar: Poster Ads Nearmissed

Poster visual untuk iklan dalam dan luar ruangan secara strategis menarik wisatawan di daerah dengan lalu lintas tinggi, memperkuat pesan dengan humor, sarkasme, dan visual yang hidup di bandara, hotel, dan tempat wisata.

Aktivasi Demonstrasi



Gambar: Onground Activities

Kegiatan di lapangan. Demonstrasi melibatkan relawan yang memegang tanda keselamatan yang sarkastik di kawasan wisata untuk melibatkan masyarakat secara langsung dan menarik perhatian, dilengkapi dengan pembagian brosur dan permintaan untuk mengunjungi situs web kampanye untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Aktivasi Kampanye Daring

Website



Gambar: Website Nearmissed

Situs web kampanye bertindak sebagai pusat sumber daya yang komprehensif, merinci tujuan kampanye, menawarkan materi seperti Panduan Saku Keselamatan Berkendara, dan memungkinkan pembaruan melalui pendaftaran email. Ini dirancang untuk keterlibatan pengguna, dengan bagian

informatif dan pembaruan konten rutin, sekaligus mempromosikan interaksi melalui berbagai media sosial.

Media Sosial



Gambar: Aktivasi Media Sosial Nearmissed

Media sosial berfungsi sebagai platform dinamis untuk kampanye, memanfaatkan Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok untuk menyebarkan pesan keselamatan dan melibatkan khalayak. Ini menawarkan jangkauan cepat, peluang interaktif, dan pembaruan langsung. Strateginya mencakup kalender konten dengan tips dan visual sarkastik, hashtag strategis, iklan bertarget untuk wisatawan, dan acara interaktif seperti tanya jawab dan kontes.

4. Kesimpulan

Kampanye Nearmissed memang sengaja diciptakan untuk turis internasional yang berkunjung di Bali, terutama dengan personalia yang diluar ekspektasi moral dan etika.

Selalu menekankan suara yang provokatif adalah core utama dalam penyampaian pesan, yang mana telah diyakini sebagai cara satu-satunya yang efektif untuk mudah mendapatkan perhatian dan berkesan dalam jangka waktu yang panjang dengan tujuan menurunkan angka kasus dan kecelakaan yang terjadi oleh turis mancanegara. Pencipta juga berharap agar kampanye ini dapat terrealisasikan dan juga mendapatkan dukungan dan jaringan kolaborasi dengan pemangku usaha, influencer, dan pemerintahan Bali Selatan setempat.

Kritik dan Saran

Setelah melalui presentasi sidang akhir, dosen penguji memberi masukan untuk lebih menyentuh budaya Bali lebih dalam terkait dengan konten visual, serta menambah penekanan tidak hanya dari perspektif turis wisatawan melainkan dari keketatan aparat hukum di wilayah terkait.

5. Daftar Referensi

World Health Organization. *The Top 10 Causes of Death (2020)*, <https://who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death> (accessed at 28 Agustus 2023)

Buku Statistik Pariwisata Bali Tahun 2022, <https://disparda.baliprov.go.id/buku-statistik-pariwisata-bali-tahun-2022/2023/03/> (accessed at 28 Agustus 2023)

National Highway Traffic Safety Administration. "*Motorcycle Safety Campaigns.*", <https://www.nhtsa.gov/road-safety/motorcycles> (accessed at 28 Agustus 2023)

Yohanes Valdi Seriang Ginta, Andi Hartik. (2023). *Angka Kecelakaan Lalu Lintas di Bali Meningkat, 632 Korban Meninggal.* (accessed at 12 February 2024)

OECD/ITF. (2016). "*Towards Zero: Ambitious Road Safety Targets and the Safe System Approach.*"

'*It's disgusting*': Bali locals are fed up with bad tourists, <https://www.washingtonpost.com/travel/2023/04/11/bali-bad-tourists-deported/> (accessed at 29 September 2023)

- Bali Police Launch Road Safety Campaign For Tourists*, <https://thebalisun.com/bali-police-launch-road-safety-campaign-for-tourists/> (accessed at 29 September 2023)
- Peden, M., Scurfield, R., Sleet, D., Mohan, D., Hyder, A. A., Jarawan, E., & Mathers, C. (Eds.). (2004). *World Report on Road Traffic Injury Prevention*. World Health Organization.
- Natalie B. Compton (2023), “*Bali is trying to crack down on bad tourists. Will it help?*”, <https://www.washingtonpost.com/travel/2023/07/19/bali-tourism-tax-mountain-ban/> (accessed at 29 September 2023)
- Kelley, D., & Kelley, T. (2013). "*Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*."
- Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.). (2011). "*Design Thinking: Understand – Improve – Apply*." Springer.
- Gray, C. M., & Brown, S. (2017). "*Research Practice for Cultural Studies: Ethnographic Methods and Lived Cultures*."
- Dahlen, M., Lange, F., & Smith, T. (2010). "*Marketing communications: A brand narrative approach*."
- Isnaini, W., & Meiralarasari, D. (2018). *PERANCANGAN ATRIBUT BRAND MOBIL LISTRIK INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL. SENADA* (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi), 1, 50–58. Retrieved from <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/14>
- Mario Prickens. (2002). “*Creative Advertising: Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns*”
- Creswell, J. W. (2014). "*Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*."