BAB II

TINJAUAN KAMPANYE PENGGUNAAN HELM SNI DI KOTA BANDUNG

2.1 Pengantar

Dalam kajian pustaka ini penulis akan mengkaji data yang di dapat dari beberapa literatur, hasil penelitan dan juga dari pengamatan langsung di lapangan yang berkaitan dengan “Kampanye Penggunaan Helm SNI Di Kota Bandung”. Adapun literatur utama yang digunakan peneliti yaitu “Buku Saku Panduan Aman Berlalu Lintas” oleh Suryanagara, dokumen terbitan Badan Standardisasi Nasional Indonesia, “Kiat dan strategi kampanye” oleh Rosady Ruslan, serta informasi dari pihak Kasat Lantas Polrestabes Bandung.

Selanjutnya, data yang telah ada akan digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan apa saja yang terkait dengan penelitian. Peneliti juga akan menjelaskan bagaimana pandangan masyarakat sebagai pengendara motor tentang helm yang saat ini digunakan. Apakah helm tersebut sudah memenuhi kriteria standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah

2.2 Pengertian Kampanye

Kampanye merupakan sebuah kegiatan komunikasi dua arah antara suatu lembaga atau instansi tertentu kepada target sasaran melalui suatu strategi dan media, serta tujuan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Agus Rahman suatu kampanye terdiri dari tujuh kata kunci yaitu

kegiatan komunikasi, mempengaruhi, strategi, tujuan, waktu, media dan sasaran. Dari ketujuh kata tersebut dapat dirangkai pengertian kampanye, yaitu:

"Adalah sebuah **kegiatan komunikasi** yang dilakukan oleh sebuah **lembaga** atau **instansi** tertentu yang ditujukan kepada **khalayak/sasaran** tertentu dengan **strategi** dan **media** tertentu serta **tujuan** tertentu dan dilakukan dalam **jangka waktu** tertentu".

Kampanye merupakan tindakan komunikasi yang telah direncanakan dengan tujuan mendapatkan efek tertentu pada sejumlah khalayak yang menjadi target dan dilakukan secara terencana dan telah ditentukan waktunya. Dalam kampanye diharapkan adanya suatu perubahan sikap pada target sasaran dengan adanya informasi yang terkandung dalam kampanye. Dalam melakukan kampanye, selain untuk mengkampanyekan program, aktifitas dan informasi, tujuan yang lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran pada target sasaran, sekaligus mempengaruhi dan membujuk target.

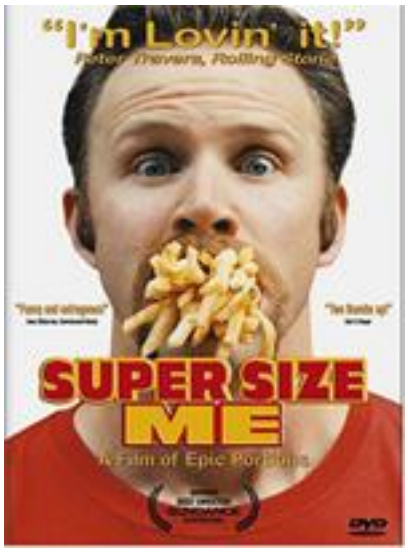
Menurut Rosady Ruslan peran utama kampanye yaitu sebagai penghubung antara lembaga dan target sasaran, dapat membina hubungan yang positif antara lembaga dan target sasaran, serta menciptakan suatu citra yang baik dimata publik.

2.2.1 Jenis Kampanye

Kampanye berkaitan dengan aktivitas berkomunikasi suatu kepentingan demi tercapainya tujuan. Dalam berbagai kegiatan tersebut terdapat beberapa jenis program kampanye yang bertitik tolak untuk memotivasi dan membujuk sehingga tujuan kampanye dapat tercapai. Menurut (Charles U.Larson dalam Rosady Ruslan, 2008: 25) jenis kampanye terbagi menjadi:

— *Product – Oriented Campaigns*

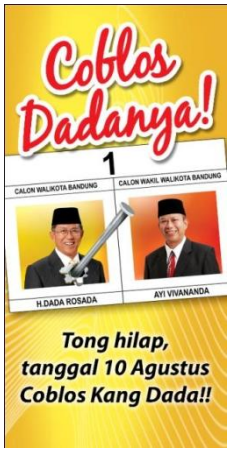
Kegiatan kampanye yang berorientasi pada produk. Biasanya dilakukan dalam kegiatan komersial kampanye promosi pemasaran atau peluncuran produk baru. Berikut salah satu peluncuran produk telepon genggam iphone.



Gambar 2.1 Media Kampanye Produk
Sumber :
http://images.suprichusnul.multiply.com/image/1/photos/upload/300x300/R4wzDwoKCCcAABC5HWc1/Spurlock.jpg?et=uTu0WjrZWTnk9FU7gTQjVA&nmid=
(31/07/2011)

— *Candidate – Oriented Campaigns*

Kegiatan kampanye yang berorientasi pada pencalonan (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik. Poster digunakan sebagai alat untuk mencari simpati dari calon pemilih pada pemilihan umum. Hingga kini poster kampanye sering muncul pada setiap kesempatan saat dilakukan pemilihan kepala daerah atau negara. Berikut ini merupakan salah satu contoh kampanye politik:



Gambar 2.2 Media Kampanye Politik
Sumber : http://rosadadada.files.wordpress.com/2008/08/baligho.jpg (13/02/2011)

— *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada masalah sosial, sering disebut juga kampanye sosial. Informasi yang diberikan tidak dikenakan biaya, dibuat untuk menyampaikan informasi, aktivitas maupun program yang telah dibuat oleh pemerintah maupun organisasi *non-profit*. Sebagai contoh berikut ini merupakan contoh kampanye bagi orang tua untuk mengawasi anak mereka ketika menonton tayangan televisi.



Gambar 2.3 Media Kampanye Sosial
Sumber :
http://2.bp.blogspot.com/_uxLsTsmMEPw/S_lSTp8EgII/AAAAAAAAAC4/z_TWpwvR5NA/s1600/Poster+A3+01.jpg (13/02/2011)

2.2.2 Tujuan Kampanye

Tujuan dirancangnya suatu kampanye yaitu menyampaikan suatu pesan dari suatu lembaga atau instansi kepada target sasaran yang biasanya merupakan khalayak besar. Pesan tersebut biasanya berisi suatu informasi yang tujuannya untuk mengubah sikap, perilaku, atau pemikiran dari sasaran mengenai suatu masalah. Sehingga target kampanye dapat berperilaku atau bersikap sesuai dengan pesan dari lembaga atau instansi.

2.3 Helm SNI

Helm adalah bagian dari perlengkapan pengendara motor roda dua berbentuk topi pelindung kepala yang berfungsi melindungi kepala pemakainya apabila terjadi benturan. Bentuk helm terbagi menjadi dua yaitu:

a. Helm standar terbuka (*open face*)

Bentuk helm yang menutup kepala sampai dengan bagian leher serta menutup bagian depan kuping/telinga.



Gambar 2.4 Helm Standar Terbuka
Sumber: Dokumen Pribadi

b. Helm standar tertutup (*full face*)

Bentuk helm yang menutup seluruh bagian kepala, mulai dari atas, bagian leher, dan bagian mulut.



Gambar 2.5 Helm Standar Tertutup
Sumber: http://herinoto.com/helm-sni/jpg (15/02/2011)

Sedangkan helm yang tidak termasuk helm standar nasional diantaranya helm *catok* dan helm variasi yang diberi tambahan pada bagian luar helm (tonjolan) contoh helm yang tidak memenuhi standar keselamatan diantaranya:



Gambar 2.6 Helm *Catok*
Sumber: http://manusia-dandunia.blogspot.com/2010_12_01_archive.html/jpg (15/02/2011)



Gambar 2.7 Helm Non SNI
Sumber: http://indonetwork.co.id/sinarterangmotor/839657/helm-tengkorak/jpg (15/02/2011)

2.3.1 Material Helm

Menurut data yang telah ada di BSNI (Badan Standardisasi Nasional Indonesia) bahan helm harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

— Dibuat dari bahan yang kuat dan bukan logam, tidak berubah jika ditempatkan di ruang terbuka pada suhu 0 derajat Celsius sampai 55 derajat Celsius selama paling sedikit 4 jam dan tidak terpengaruh oleh radiasi ultra violet, serta harus tahan dari

akibat pengaruh bensin, minyak, sabun, air, deterjen dan pembersih lainnya.

— Bahan pelengkap helm harus tahan lapuk, tahan air dan tidak dapat terpengaruh oleh perubahan suhu.

— Bahan-bahan yang bersentuhan dengan tubuh tidak boleh terbuat dari bahan yang dapat menyebabkan iritasi atau penyakit pada kulit, dan tidak mengurangi kekuatan terhadap benturan maupun perubahan fisik sebagai akibat dari bersentuhan langsung dengan keringat, minyak dan lemak pemakai.

Desain Lapisan Luar dan Dalam :

1. Lapisan luar yang keras (*hard outer shell*)

   Di desain untuk dapat pecah jika mengalami benturan untuk mengurangi dampak tekanan sebelum sampai ke kepala.



Gambar 2.8 Lapisan Luar Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

2. Lapisan dalam yang tebal (*inside shell or liner*)

Di sebelah dalam lapisan luar adalah lapisan yang sama pentingnya untuk dampak pelapis penyangga. Biasanya dibuat dari bahan *polyatyrene* (*Styrofoam*). Lapisan tebal ini memberikan bantalan yang berfungsi menahan goncangan sewaktu helm terbentur benda keras sementara kepala masih bergerak. Sewaktu ada tabrakan yang membenturkan bagian kepala dengan benda keras, lapisan keras luar dan lapisan dalam helm menyebarkan tekanan ke seluruh materi helm. Helm tersebut mencegah adanya benturan yang dapat mematahkan tengkorak.

3. Lapisan dalam yang lunak (*comfort padding*)

   Merupakan bagian dalam yang terdiri dari bahan lunak dan kain untuk menempatkan kepala secara tepat pada rongga helm.



Gambar 2.9 Lapisan Dalam Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

2.3.2 Konstruksi Helm

Menurut Badan Standardisasi Nasional, konstruksi helm harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

a. Helm harus terdiri dari bagian tempurung yang keras dan mempunyai permukaan yang halus. Helm yang ada di pasaran

dengan tampilan luar yang dimodifikasi sehingga permukaannya tidak halus, tidak termasuk kedalam helm yang memenuhi standar keselamatan. Helm juga harus terdiri dari lapisan peredam benturan, dan juga tali pengikat dagu.



Gambar 2.10 Tali Pengikat Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

b. Helm harus mempunyai tinggi sekitar 11,4 cm diukur dari puncak helm ke bidang utama yaitu bidang horizontal yang melalui lubang telinga.
c. Setiap helm disediakan ukuran yang disesuaikan dengan besar kecilnya kepala pengguna, diantaranya:

Tabel 2.1 Ukuran Helm
Sumber: www.bsni.go.id (15/02/2011)

Ukuran	Keliling Lingkaran Bagiam dalam (mm)
S	Antara 500 - <540
M	Antara 540 - <580
L	Antara 580 - <620
XL	Lebih dari 680

d. Tempurung terbuat dari bahan yang keras dan tebal.

e. Lapisan peredam benturan mempunyai tebal sekitar 10 mm dan disertai dengan jaring helm.



Gambar 2.11 Ketebalan Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

f. Tali pengikat mempunyai lebar sekitar 20 mm, dan disertai dengan kuncian sehingga dapat benar-benar berfungsi dengan baik.



Gambar 2.12 Tali Pengikat Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

g. Pada bagian tempurung tidak boleh ada tonjolan yang melebihi 5 mm, dan setiap tonjolan harus dilengkapi dengan lapisan lunak, serta tidak boleh ada lapisan permukaan helm yang tajam.

h. Pelindung telinga

Merupakan bagian helm yang berada di bagian pinggir dan berfungsi melindungi organ telinga.



Gambar 2.13 Tali Pengikat Helm
Sumber: Dokumen Pribadi

i. Jaring helm

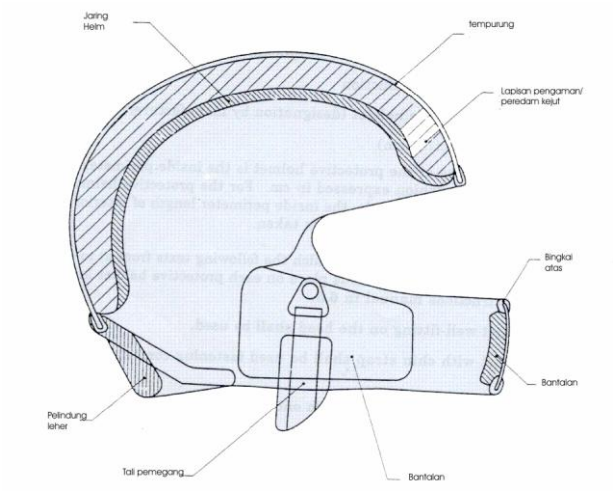
Jaring helm adalah bagian yang langsung bersentuhan dengan kepala, dan ukuran jaring dapat bersifat di ubah-ubah.

j. Rim

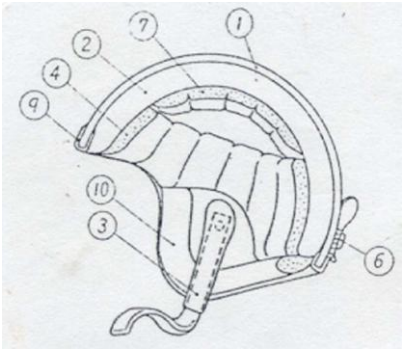
Sebagai lapisan antara kaca dan helm.



Gambar 2.14 Rim
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.15 Struktur Helm Tertutup
Sumber: http://bsni.go.id/ helm-sni/pdf (15/02/2011)



Gambar 2.16 Struktur Helm Terbuka
Sumber: http://bsni.go.id/ helm-sni/pdf (15/02/2011)

Setiap bagian-bagian helm diuji terlebih dahulu dengan beberapa tes sehingga kualitasnya dapat terjamin. Selanjutnya helm yang sudah memenuhi standar nasional dan sudah diuji diberi label SNI. Label SNI yang resmi yaitu label berupa tulisan SNI yang bentuknya timbul ketika diraba. Atau sering disebut sebagai *emboss*. Adapun bentuknya sebagai berikut:



Gambar 2.17 Label Helm SNI
Sumber: Dokumen pribadi

Maksud dan tujuan peraturan wajib helm SNI menurut penjelasan dari pihak Kasat Lantas yaitu:

a. Meningkatkan kualitas helm yang diproduksi di dalam negeri sehingga dapat bersaing secara global.
b. Melindungi konsumen atau pemakai helm dari helm-helm yang tidak standar dan tidak memenuhi syarat keselamatan.
c. Melindungi pasar di Indonesia dari serbuan helm-helm impor.

Adapun helm yang sudah resmi menjadi helm SNI yaitu:

Tabel 2.2 Helm SNI Resmi
Sumber: www.bsni.go.id (15/02/2011)

NHK	KYT	MDS	OTOKOGI
INK	MIX	BMC	CABERG
GM	MAZ	BESTI	HBC
JPN	VOG	SMI	CARGLOSS
HIU	CROSX	SHC	

2.3.3 Peraturan Helm SNI

Dalam Permen Perindustrian RI No. 40/M-IND/PER/4/2009 tentang Perubahan Atas Permen Perindustrian Nomor 40/M-IND/PER/6/2008 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Helm Pengendara Kendaraan Bermotor Roda Dua Secara Wajib. Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal **1 April 2010. Aturan mengenai helm ini diatur dalam Undang-Undang No.22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Adapun penjelasan yang lebih rinci menurut Suryanagara (2009: 99) adalah sebagai berikut :**

Pasal 57:

(1) **Setiap kendaraan bermotor yang dioperasikan dijalan wajib dilengkapi dengan perlengkapan kendaraan bermotor.**

(2) **Perlengkapan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bagi sepeda motor berupa helm Standar Nasional Indonesia.**

Pasal 106:

(7) **Setiap orang yang mengemudikan sepeda motor beroda empat atau lebih yang tidak dilengkapi dengan rumah-rumah di jalan dan penumpang yang duduk disampingnya wajib mengenakan sabuk keselamatan dan mengenakan helm yang memenuhi standar nasional Indonesia.**

(8) **Setiap orang yang menemudikan sepeda motor dan penumpang sepeda motor wajib mengenakan helm yang memenuhi standar nasional Indonesia.**

Sedangkan jika terjadi pelanggaran pada pengendara motor, maka sangsi yang akan dikenakan tercantum dalam pasal 291 yang isinya sebagai berikut:

(1) **Setiap orang yang mengemudikan sepeda motor tidak mengenakan helm standar nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pasal 106 ayat (8) dipidana kurungan paling lama I (satu) bulan atau denda paling banyak Rp 250.000,00 (dua ratus lima puluh ribu rupiah)**

(2) **Setiap orang yang mengemudikan sepeda motor yang membiarkan penumpangnya tidak mengenakan helm sebagaimana dimaksud dalam pasal 106 ayat (8) dipidana dengan pidana kurungan paling lama I (satu) bulan atau denda paling banyak Rp 250.000,00 (dua ratus lima puluh ribu rupiah).**

2.3.4 Sosialisasi Helm SNI

Sejak ditetapkannya peraturan wajib menggunakan helm standar pada tanggal 1 April 2010 sampai sekarang menurut Iis Sumarni, Kanit Dikyasa Kasat Lantas Kota Bandung pihak pemerintah masih

melakukan upaya sosialisasi. Adapun sosialisasi yang sudah dilakukan yaitu:

a. Pembagian helm SNI secara langsung kepada masyarakat, pembagian helm SNI tersebut bekerja sama dengan YAMAHA, HONDA, RCTI, Jasa Raharja dengan Satlantas Polrestabes Bandung beberapa saat yang lalu.
b. Pembagian brosur tentang cara penggunaan helm SNI (langsung kepada pengendara motor).
c. Pembagian stiker gratis tentang wajib menggunakan helm SNI.
d. Pemasangan spanduk.
e. Talkshow di radio-radio.
f. Pemberian informasi ke sekolah-sekolah melalui program *Police Goes to School* dan *Police Goes To Campus.*
g. Pemberian informasi langsung juga dilakukan di kelurahan-kelurahan.
h. Sosialisasi melalui media massa diantaranya di Koran, Radio dan Televisi.

2.4 Kota Bandung

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang telah berusia sangat tua. Menurut sejarahnya kota ini berdiri pada sekitar abad ke 19. Kota Bandung selain sebagai pusat pemerintahan Jawa Barat juga menjadi pusat berbagai kegiatan, seperti pusat pendidikan, pusat perekonomian, pusat kebudayaan, dan lain-lain.

Secara kodrati manusia merupakan makhluk *monodualistis*. Artinya, selain sebagai makhluk individu manusia berperan juga sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk individu, manusia merupakan makhluk ciptan Tuhan yang terdiri dari rohani dan jasmani dan tidak dapat terpisahkan dari jiwa raga. Sebagai makhluk sosial manusia harus hidup bermasyarakat.

Masyarakat Bandung adalah masyarakat majemuk, yaitu terdiri dari berbagai macam budaya, adat, agama, tradisi, maupun norma. Sehingga segala aturan yang dibuat harus dapat mengatasi kemajemukan tersebut. Sehingga penegakan keadilan dapat terwujud. Agar suatu peraturan hukum dapat berfungsi dengan baik maka dibutuhkan kesdaran hukum dari masyarakatnya sendiri.

Menurut Aim Abdulkarim (2004: 42) kata kesadaran berasal dari kata “sadar”, artinya merasa tahu dan ingat. Kesadaran adalah proses batin yang ditandai dengan adanya pengertian, pemahaman, dan penghayatan mendalam terhadap sesuatu sehingga menimbulkan keinginan untuk melaksanakan sesuatu berdasarkan pengertian, pemahaman dan kesadaran. Warga Negara yang sadar hukum adalah warga negara yang menyadari hak, kewajiban, kedudukan, dan peran sertanya dalam berbagai kehidupan.

Apabila masyarakat sudah mempunyai kesadaran akan keselamatan dalam berkendara motor maka dengan sendirinya mereka akan

menggunakan helm yang memenuhi standar keselamatan tanpa ada perasaan terpaksa. Tetapi pada kenyataannya saat ini tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan helm SNI masih kurang, hal ini terbukti berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 pengendara motor. Setelah diminta pendapatnya mengenai alasan mereka tidak menggunakan helm SNI, sebanyak 56% menjawab karena helm SNI harganya mahal. Pendapat yang lain yaitu sebanyak 40% mereka telah menggunakan helm standar tetapi dengan alasan takut terkena razia pihak berwajib bukan karena kesadaran akan keselamatan saat berkendara motor. Dan suara terakhir yaitu sebanyak 4% mereka tidak mengetahui kriteria helm yang memenuhi standar keselamatan seperti apa.

2.5 Kecelakaan

Menurut Suryanagara (2009: 69); “Kecelakaan lalu lintas adalah suatu peristiwa di jalan yang tidak terduga dan tidak disengaja yang melibatkan kendaraan dengan atau tanpa pengguna jalan yang lain yang mengakibatkan korban manusia atau kerugian harta benda”. Berikut adalah beberapa kasus kecelakaan lalu lintas yang melibatkan sepeda motor : Tahun 2007 terjadi kecelakaan sebanyak 1.286 kasus kecelakaan kendaraan bermotor, dan korban tewas sebanyak 453 orang. Sedangkan di tahun 2009 kecelakaan lalu lintas pada arus mudik dan arus balik telah terjadi kecelakaan sebanyak 1.437, dan sebanyak 70.79% merupakan

kecelakaan yang dilakukan pengendara motor. Korban tewas mencapai 593 jiwa.

Kecelakaan lalu lintas yang melibatkan sepeda motor dapat mengakibatkan pengendara dan atau penumpangnya mengalami luka parah, atau bahkan sampai meninggal dunia. Hal ini salah satunya disebabkan karena minimnya perlindungan pada pengendara sepeda motor. Bila dibandingkan dengan mobil, sepeda motor tidak memiliki instrumen peredam, sabuk keselamatan (*safety belt*) dan kantong udara (*air bag*) guna menahan benturan. Memang sepeda motor memiliki keunggulan ukuran yang lebih kecil dibandingkan mobil. Hal ini membuat pengendara menjadi mudah untuk melaju dan bergerak di keramaian lalu lintas. Namun, hal ini jugalah yang kemudian dapat membuat mereka mudah terlibat dalam kecelakaan dan biasanya pengendara sepeda motor mengalami luka serius.

Adapun faktor- faktor yang dapat menyebabkan kecelakaan diantaranya:

— Faktor manusia

  Faktor karena manusia merupakan faktor yang paling dominan dalam kecelakaan lalu lintas. Hampir semua kejadian kecelakaan didahului dengan pelanggaran rambu lalu lintas. Pelanggaran dapat terjadi dengan disengaja ataupun tidak disengaja.

— Faktor Kendaraan

  Faktor kendaraan yang paling sering terjadi adalah ban pecah, rem tidak berfungsi sebagaimana seharusnya, kelelahan logam yang

mengakibatkan bagian kendaraan patah, peralatan yang sudah aus tidak diganti dan berbagai penyebab lainnya. Keseluruhan faktor kendaraan sangat terkait dengan teknologi yang digunakan, perawatan yang dilakukan terhadap kendaraan.

— Faktor Jalan

Faktor jalan terkait dengan, jarak pandang dan kondisi permukaan jalan. Jalan yang rusak/berlobang sangat membahayakan pemakai jalan terutama bagi pemakai sepeda motor.

— Faktor Lingkungan

Musim hujan juga mempengaruhi cara kerja kendaraan seperti jarak pengereman menjadi lebih jauh, jalan menjadi lebih licin, jarak pandang juga terpengaruh karena lebatnya hujan mengakibatkan jarak pandang menjadi lebih pendek. Asap dan kabut juga bisa mengganggu jarak pandang, terutama didaerah pegunungan.

2.6 *Target Audiens*

— Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis menurut M. Suyanto (2006: 20) merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geogerafis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, propinsi, dan kota. Dalam perancangan kampanye ini *target audiens* dikhususkan berada di negara Indonesia provinsi Jawa Barat khususnya kota Bandung. Kota Bandung menjadi pilihan dari penulis karena kota Bandung merupakan salah satu kota besar, yang

mayoritas penduduknya banyak, sehingga kegiatan lalu lintasnya pun termasuk kedalam lalu lintas yang padat.

— Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis menurut M. Suyanto (2006: 22) adalah pasar yang dikelompokan berdasarkan pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan kelas sosial. Untuk kampanye penggunaan helm SNI, target termasuk kedalam kelas sosial menengah kebawah, dengan penghasilan diperkirakan 1,5 s.d 4 juta rupiah. Pekerjaan mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan pabrik maupun karyawan kantor. Dan pengguna kendaraan motor roda dua diantaranya merupakan laki – laki dan perempuan.

— Segmentasi Psikografis

Pada segmentasi psikografis hal yang diperhatikan yaitu mengenai gaya hidup seseorang, kebiasaan, dan kepribadian. Sementara itu yang menjadi target kampanye yaitu pengendara motor di Bandung mempunyai gaya hidup yang bisa dibilang sederhana tetapi mempunyai kebiasaan yang bersifat boros. Misalnya mereka yang tinggal di sebuah perkampungan tetapi mempunyai gya hidup yang mengedepankan gengsi, misalnya mempunyai telepon genggan yang mewah. Contoh lain yaitu pelajar yang sedang kuliah dibandung, biasanya menggunakan motor menuju kampus, tetapi tidak menggunakan helm. Kebiasaan tersebut dikarenakan mereka selalu

ingin praktis dalam berkendara tanpa memikirkan keselamatan. Hal lain yang menyebabkan masih adanya pengendara atau pengguna motor di Bandung belum menggunakan helm standar nasional yaitu mereka beralasan helm tersebut harganya mahal. Padahal jika dibandingkan dengan harga motor yang mereka beli, harga helm lebih murah. Oleh sebab itu alasan yang menyebutkan harga helm mahal itu tidak masuk akal. Karena sebenarnya mereka mampu membeli. Tempat yang biasa dikunjungi untuk kaum wanita yang juga pengguna motor yaitu sekolah atau kampus, tempat perbelanjaan, tempat rekreasi dan tempat bekerja. Mereka biasanya berkumpul bersama teman-temannya saat waktu santai. Sementara untuk kaum laki-laki, pada siang hari ada yang melakukan aktivitas di sekolah, kampus dan bekerja untuk mereka yang telah mempunyai pekerjaan. Tempat yang biasa dikunjungi yaitu bengkel, tempat olahraga, dan tempat perbelanjaan. Sementara untuk sebagian penduduk yang bekerja sebagai tukang ojek yang juga merupakan pengguna motor mereka kebanyakan tidak menggunakan helm karena dianggap tidak praktis. Penghasilan mereka dianggap cukup. Hal itu bisa dilihat dengan motor yang mereka gunakan untuk mengojek, sebagian besar merupakan motor pribadi.

2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah kegiatan yang menghubungkan faktor kekuatan dan kelemahan sebagai aspek internal dengan peluang dan

ancaman sebagai aspek eksternal untuk menyusun suatu strategi. Analisis SWOT pertama kali ditemukan oleh Albert Humphrey sekitar tahun 1960-1970. Analisis terhadap kampanye penggunaan helm standar nasional Indonesia untuk kota Bandung:

1. *Strenght* (Kekuatan)

   Merupakan segala sesuatu yang dimiliki dan dapat memperlancar pendirian suatu usaha, atau pelaksanaan proyek. Yang menjadi kekuatan dari produk helm SNI diantaranya:

   - Karena telah di uji terlebih dahulu, maka helm SNI mempunyai konstruksi yang kuat dan tahan terhadap benturan.
   - Saat dipakai oleh penggunanya akan terasa lebih nyaman, karena pada bagian dalamnya terdapat lapisan dalam yang lunak dan tebal, sebagai bantalan kenyamanan yang sekaligus berfungsi sebagai peredam.
   - Helm SNI melindungi pemakai helm dari helm yang tidak standar dan tidak memenuhi syarat keselamatan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

   Yaitu ketidakadaan sumber yang diperlukan sehingga dapat menghambat kelancaran pendirian suatu usaha, atau pelaksanaan proyek. Adapun yang menjadi kelemahan dari helm SNI yaitu:

   - Helm SNI terdiri dari bahan anti benturan, dan bahan lainnya sehingga bobotnya lebih berat.

— Harga helm Standar Nasional Indonesia mempunyai harga yang lebih mahal dari helm yang belum memenuhi standar keselamatan.

3. *Oportunity* (Kesempatan atau Peluang)

   Kesempatan atau peluang adalah faktor luar yang dapat memperluas kegiatan yang akan dilakukan. Peluang helm SNI diantaranya:

   — Melindungi pasar di Indonesia dari serbuan helm *import*.

   — Meningkatkan kualitas helm yang diproduksi dalam negri, sehingga dapat bersaing secara global.

4. *Threath* (Ancaman)

   Ancaman merupakan faktor luar yang dapat mempersempit kegiatan yang akan dilakukan. Adapun yang menjadi ancaman dalam memperkenalkan penggunaan helm SNI diantaranya:

   — Masih banyak produsen yang menjual helm tertutup, tetapi belum teruji sebagai helm yang memenuhi standar keselamatan penggunanya.

   — Terdapat helm yang menyerupai helm SNI dengan menggunakan label tulisan SNI yang ditempel, bukan label SNI timbul (*emboss*)

Dari hasil analisis diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi penggunaan helm yang memenuhi standar nasional akan lebih efektif dilakukan dengan membuat sebuah kampanye terpadu,

dengan merancang suatu strategi, media yang tepat sebagai pendekatan yang mudah dipahami. Karena tujuan utama kampanye yaitu menginformasikan dan mengingatkan masyarakat mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara motor.