

EFEKTIVITAS POSTER KAMPANYE SOSIAL SAFETY RIDING DARI LIMBAH KAIN BATIK UNTUK MENGUBAH PERILAKU MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH CIREBON DALAM BERKENDARA

Teddy Dyatmika dan Dikhorir Afnan

Universitas Muhammadiyah Cirebon

Jl. Tuparev No. 70, Cirebon

Email: teddy.dyatmika@umc.ac.id dan dik.gassela@gmail.com

Abstract

The present study intends to investigate the changing of students' behavior during driving. The changing is influenced by the implementation of social campaign of safety riding by utilizing waste batik cloth material in Muhammadiyah University of Cirebon. This study applies posters, as the media, concerning social campaign of safety riding made of waste batik cloth material in Cirebon. Nineteen students from entire study program in Muhammadiyah University of Cirebon are chosen as the objects/participants in this study. This study employs a quantitative study. The data are obtained through an instrument namely closed questionnaires. The result of the study indicates that there is a difference attitude among students after the social campaign of safety riding utilizing waste batik cloth material is implemented with the statistical score 5, 09537.

Keywords: Social campaign, Safety riding, Posters, Batik waste

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui ada atau tidaknya perubahan perilaku dari mahasiswa dalam berkendara sebelum dan sesudah ada media kampanye sosial safety riding menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Cirebon. Media penelitian ini menggunakan poster kampanye sosial safety riding dengan menggunakan bahan baku kain bekas pakai yang berasal dari limbah batik yang ada di Cirebon. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Cirebon dengan objek penelitiannya adalah seluruh mahasiswa dari 19 program studi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial safety riding menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus. Besarnya perubahan perilaku sebesar 5,09537.

Kata Kunci : *Kampanye Sosial, Safety Riding, Poster, Limbah Batik*

A. PENDAHULUAN

Kecelakaan lalu lintas di Indonesia masih tinggi. Berdasarkan data dari KOPRS Lalulintas Kepolisian Negara Republik Indonesia (Korlantas Polri) (www.korlantas-irsms.info) pada tanggal 1 Januari 2017 sampai tanggal 31 Maret 2017 ada 24.166 korban kecelakaan 5.335 korban diantara meninggal dunia. Dari data tersebut bisa diketahui bahwa korban kecelakaan di Indonesia sehari mencapai 269 dan yang meninggal dunia sehari mencapai 69 korban jiwa. Kendaraan yang sering terjadi kecelakaan menurut Korlantas Polri adalah Sepeda Motor disusul oleh mobil, truk, sepeda dan bus. Sedangkan kelompok umur yang sering menjadi korban kecelakaan adalah kelompok umur 15 sampai 24 tahun. Usia tersebut kebanyakan adalah usia para pelajar dan juga mahasiswa. Tingginya angka kecelakaan tersebut jelas sangat mengkhawatirkan semua pihak. Banyak para penerus bangsa yang seharusnya menjadi penerus bangsa menjadi korban sia-sia di jalan raya. Tingginya angka kecelakaan tersebut bisa jadi dikarenakan para korban tidak siap ataupun belum layak mengendarai kendaraan bermotor di jalan raya. Mereka menjadi korban kecelakaan bisa jadi karena mereka tidak mengetahui bagaimana berkendara yang aman dan nyaman di jalan raya, yaitu berkendara yang aman bagi dirinya juga bagi orang lain.

Korlantas Polri juga mencatat 4 pelanggaran kendaraan bermotor yang paling tinggi. Pertama adalah setiap pengemudi kendaraan bermotor tidak memiliki SIM (Pasal 281 jo Pasal 77 ayat 1). Kedua adalah setiap pengemudi kendaraan bermotor melanggar aturan kecepatan

minimum dan maksimum (pasal 287 ayat 5 jo pasal 106 ayat 4e atau pasal 115a). Ketiga setiap pengemudi kendaraan bermotor mengemudi dengan tidak wajar (melakukan kegiatan lain dan atau dipengaruhi oleh keadaan sehingga mengganggu konsentrasi dalam mengemudi di jalan (pasal 283 jo pasal 106 ayat 1). Keempat setiap pengemudi kendaraan bermotor tidak memberikan isyarat saat akan berpindah lajur atau bergerak ke samping (pasal 295 jo pasal 112 ayat 2) (www.korlantas-irsms.info). Dari 4 pelanggaran tertinggi di atas paling banyak dilakukan oleh pengendara kendaraan sepeda motor.

Segala upaya tentu telah dilakukan oleh berbagai pihak baik itu melalui pemerintah daerah maupun oleh pihak kepolisian. Pemerintah maupun pihak kepolisian sering melakukan penyuluhan dan juga kampanye sosial di seluruh lapisan masyarakat terutama di kalangan pelajar untuk menekan tingginya angka kecelakaan lalu lintas yang banyak dialami oleh para pelajar terutama di usia 15-24 tahun.

Upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah maupun pihak kepolisian ternyata belum menghasilkan perubahan yang signifikan terutama di daerah Cirebon. Masih tingginya pelanggaran lalu lintas yang ada di daerah Cirebon jelas menjadi cermin masih rendahnya hasil pengaruh kampanye sosial yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun pihak kepolisian untuk mencegah tingginya angka kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Pengendara sepeda motor di Cirebon, Jawa Barat, masih mendominasi pelanggaran lalu lintas dan selama satu minggu Operasi Simpatik Lodaya 2017. Selama satu pekan

Operasi Simpatik 2017, kepolisian menegur dua ribu pelanggar lalu lintas. Kepala Satuan Lalu Lintas Polresta Cirebon, AKP Galih Bayu Raditya di Cirebon, Jumat (10/3), mengatakan sampai saat ini dari dua ribu pengendara yang terkena sanksi dalam Operasi Simpatik Lodaya 2017 didominasi oleh kendaraan roda dua (www.beritasatu.com). Dari data tersebut jelas pemerintah dan pihak kepolisian tidak dapat bekerja sendirian perlu adanya dukungan dari pihak keluarga, instansi sekolah dan juga masyarakat dalam menekan angka pelanggaran lalu lintas yang berpotensi menimbulkan kecelakaan bahkan merenggut jiwa. Para pelajar maupun mahasiswa perlu diberikan pengetahuan bagaimana cara berkendara yang aman dan tidak melanggar peraturan lalu lintas.

Melalui kampanye sosial *safety riding* ini harapannya angka pelanggaran lalu lintas dapat ditekan seminimal mungkin sehingga angka kecelakaan dan korban jiwa di jalan raya dapat berkurang drastis terutama di daerah Cirebon. Poster kampanye sosial ini akan ditempatkan di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Cirebon, harapannya para mahasiswa dapat terterpa secara terus menerus, sehingga dapat mengubah perilaku mereka dalam berkendara terutama berkendara sepeda motor. Selain itu, poster kampanye sosial ini juga menggunakan bahan baku dari kain bekas, terutama bekas batik. Dimana Cirebon terkenal dengan industri batiknya dan banyak limbah kain batiknya yang belum dimanfaatkan dengan maksimal. Bahasa yang digunakan pada poster ini juga dibuat semenarik mungkin, sehingga informasi yang disampaikan kepada mahasiswa dapat diterima dan

dilaksanakan dengan baik.

Pada penelitian ini penulis menggunakan tradisi sosiopsikologis. Tujuan dari tradisi sosiopsikologis adalah individu sebagai makhluk sosial. Teori-teori tradisi ini lebih memfokuskan pada perilaku sosial individu, variabel psikologis, efek individu, kepribadian dan sifat, persepsi serta kognisi. (Littlejohn, 2009:63). Pada tradisi ini teori lebih mengedepankan dan memperhatikan sifat pribadi serta proses kognisi dalam menghasilkan perilaku seseorang. Pada tradisi ini lebih memperhatikan kepada persuasi dan perubahan sikap dalam memproses pesan, bagaimana seseorang membuat perencanaan strategi pesan, bagaimana penerima pesan memproses informasi dari pesan dan efek yang ditimbulkan oleh pesan pada individu (Littlejohn, 2009:63).

Orang-orang *public relations* mencoba merayu dan mempengaruhi orang lain supaya mau mempelajari sebuah informasi baru, melakukan perubahan emosi serta bertindak atau melakukan suatu perilaku yang diinginkan oleh pemberi pesan. Sebagaimana Miller dan Levine mengatakan, “pada tingkat paling kecil sekalipun, sebuah usaha persuasif menghasilkan beberapa perubahan dalam aspek kognitif, afektif, dan perilaku target audiensi (Lattimore, 2010:55). Hovland menyatakan bahwa persuasi adalah sebuah komunikasi yang dilakukan secara terus-menerus dengan menggunakan pendekatan satu arah (*one way*) dimana pemberi pesan berusaha memberikan pengaruh kepada penerima pesan (*to bring about an effect*) (Hutagalung, 2015:87). Melalui kampanye sosial *safety riding* ini harapannya para

mahasiswa dapat terpengaruhi sampai ke perilaku dalam berkendara. Meskipun untuk mencapai tahapan berperilaku harus melalui tahapan kognitif dan afektif. Oleh karena itu kampanye sosial *safety riding* dibuat semenarik mungkin dan se informatif mungkin, agar pesan yang disampaikan dapat tertangkap dengan baik. Selain itu agar pesan dapat tersampaikan maka format pesan harus jelas. Pada pesan dalam bentuk cetakan komunikator harus menetapkan judul, gambar, cetakan dan warna. Untuk menarik perhatian orang lain dapat menggunakan inovasi dan perbedaan yang tajam, gambar dan judul yang menarik dan enak untuk dilihat, ukuran dari media yang digunakan dan posisi pesan atau tulisan, warna desain dan tulisan, bentuk serta gerakan (Machfoedz, 2010).

Media komunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan akan membuat pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh penerima pesan. Sebagus apapun pesannya, apabila cara menyampaikan pesan tersebut kurang menarik dan bagus, maka pesan tersebut tidak tersampaikan sesuai dengan keinginan. Pemikiran McLuhan yang paling diingat adalah ungkapan yang menyebutkan bahwa "media adalah pesan" (*the medium is the message*). Melalui ungkapan itu, McLuhan ingin menyatakan bahwa sebuah pesan yang dikeluarkan oleh suatu media tidaklah lebih penting dari media itu sendiri atau saluran komunikasi yang digunakan pesan untuk sampai kepada penerimanya. Dengan kata lain, ia ingin menjelaskan bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan yang sangat penting dalam memberikan pengaruhnya kepada masyarakat, dan bukan isi pesannya

(Morrisan, 2013:493).

Teori pembelajaran sosial yang merupakan bagian dari teori persuasif, dimana teori ini menekankan pada pentingnya mengamati dan mengobservasi tingkah laku, sikap dan reaksi emosional orang lain. Teori ini berusaha menyampaikan dan memberikan prediksi perilaku seseorang dengan melihat cara lain yang dilakukan individu dalam memproses informasi. Teori ini menegaskan bahwa perilaku yang dimunculkan oleh orang lain ataupun oleh media massa dapat menjadi penting dalam usaha memperoleh perilaku yang baru (Lattimore, 2010:58). Pada teori ini dijelaskan bahwa untuk mengubah perilaku seseorang, orang tersebut dapat belajar dari perilaku orang lain atau media massa disekitarnya. Pada penelitian ini peneliti akan mencoba mempengaruhi perilaku mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon dalam berkendara di jalan raya dengan baik dan benar, sehingga tingkat pelanggaran lalu lintas di jalan raya berkurang dan angka kecelakaan di jalan raya juga dapat ditekan seminimal mungkin.

Pada penelitian ini model yang digunakan adalah model KAP (*knowledge, attitude and practice*). Model ini biasanya digunakan oleh negara maju dalam bidang pertanian, komersil dan penyadaran masyarakat. Peneliti menggunakan model ini dikarenakan fungsi dari kampanye sosial yang akan dilaksanakan lebih kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon dalam berperilaku berkendara di jalan raya. Menurut Cangara (2013:90) dalam model ini ada tiga tahapan yang harus dilalui :

1. Tahap 1 mencakup target sasaran (*audience*), pesan dan saluran.
2. Tahap 2 mencakup perencanaan untuk melakukan desain pesan, produksi media (*draft*) dan uji coba (*pre testing*).
3. Tahap 3 peningkatan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*practice*) target sasaran yang diharapkan.

Pada tahap 1 ini peneliti telah menentukan target kampanye sosial *safety riding* adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Dimana umur mereka relatif masih muda yaitu antara 18-23 tahun. Umur tersebut juga tercatat di Korlantas Polri sebagai umur yang sering melakukan pelanggaran dan kecelakaan di jalan raya. Itulah mengapa peneliti memilih targetnya untuk objek penelitiannya. Pesan yang akan disampaikan mahasiswa adalah pesan yang tidak menggurui tetapi lebih cenderung pesan ajakan. Sedangkan media yang digunakan adalah poster yang terbuat dari bahan kain bekas.

Pada tahapan kedua peneliti akan melakukan desain pesan baik secara tampilan, warna, tata huruf, dan informasi secara detail. Target penelitian adalah mahasiswa yang notabennya masih suka bebas dan kreatif. Maka bahasa yang akan digunakan dalam media kampanye sosial ini adalah bahasa yang cenderung non formal tetapi tetap bisa dipahami. Sehingga audien dapat menerima pesan kampanye sosial dengan baik.

Pada tahapan ketiga peneliti akan menempatkan media kampanye sosial di tempat yang strategis sehingga tingkat keterbacaannya tinggi. Dengan seringnya

mereka melihat dan membaca kampanye tersebut maka pengetahuan tentang *safety riding* dapat meningkat. Apabila mereka menyukai pesan dari kampanye sosial tersebut bukan tidak mungkin akan mengubah perilaku mereka dalam berkendara di jalan raya.

B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah tipe eksplanatif. Dimana peneliti mencoba menghubungkan atau mencari sebab akibat dari dua atau lebih konsep (*variable*) yang akan dilakukan penelitian. Pada penelitian ini peneliti membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual dan kerangka teori. Periset perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (*hipotesis*) antara *variable* satu dengan yang lainnya (Kriyantono, 2014:69).

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Total populasinya adalah 4.406 mahasiswa dari 19 Program Studi yang ada di Universitas Muhammadiyah Cirebon (www.forlap.dikti.go.id). Karena populasinya terlalu banyak, maka peneliti menggunakan sampel dalam melakukan penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah proporsional sampling. Dari jumlah 4406 mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Cirebon diperoleh sampel sebanyak 367 mahasiswa dengan tingkat eror 5%. Perhitungan sampel berasal dari rumus slovin.

Data yang digunakan sebagai uji validitas instrumen berasal dari 30 koresponden mahasiswa UMC yang diambil secara acak. Sedangkan jumlah

pertanyaan yang diajukan sebanyak 21 pertanyaan. Uji validitas dilakukan secara bersamaan dengan uji realibilitas dengan mengklik menu *analyze, Scale, Reliability Analysis* menggunakan model Alpha, dari 21 pertanyaan semuanya dinyatakan valid. Hal tersebut dapat diketahui dengan cara menggunakan r tabel. Nilai r tabel adalah 0,3610 dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah adalah 0,05 atau 5% dan df 28 yang diperoleh dari jumlah koresponden 30 dikurangi 2 ($df=N-2$). Apabila pada kolom *Corrected item-Total Correlation* memiliki nilai lebih kecil ($<$) dari pada r tabel maka instrumen penelitian tersebut dianggap tidak valid. Sebaliknya jika nilai yang dihasilkan lebih besar ($>$) dari pada r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas instrumen menunjukkan seluruh item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai yang dihasilkan lebih besar ($>$) dari pada r tabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* adalah 0,920. Sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r tabel yang menunjukkan angka 0,3610. Oleh karena itu instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha*-nya ($>$) dari pada 0,3610. Artinya seluruh pernyataan memiliki reliabilitas sebesar 92%. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut adalah reliabel cukup kuat. Hal tersebut dikarenakan semakin mendekati angka 1 maka semakin kuat reliabel sebuah instrumen penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen, selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner *pre test* dan melakukan

pembuatan media penelitian yaitu berupa poster *safety riding* menggunakan kain batik bekas. Penyebaran kuesioner dilakukan dua kali. Pertama kuesioner diberikan kepada mahasiswa sebelum media penelitian di tampilkan. Kedua kuesioner diberikan kepada mahasiswa setelah media penelitian di pasang dan ditampilkan selama satu bulan. Tujuannya dari pemberian kuesioner *pre test* adalah peneliti ingin mengetahui terlebih dahulu sejauh mana mahasiswa mengetahui kampanye sosial *safety riding* selama ini dan perilaku mahasiswa dalam berkendara aman. Sedangkan kuesioner *post test* memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kampanye sosial yang telah dibuat peneliti yang berasal dari bahan limbah kain batik terhadap perilaku mahasiswa UMC.



Gambar 1

Media Kampanye Sosial *Safety Riding*

Dari data yang diperoleh pada saat proses pengambilan data dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) Objek Penelitian

Pada penelitian ini jumlah objek penelitian sebanyak 367 responden yang terdiri dari 97 responden (26,4%) laki-laki dan 270 (73,6%) responden perempuan.

2) Deskripsi Data

Pada penelitian ini peneliti menguji 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Dari instrumen yang telah diberikan kepada responden diperoleh data seperti tabel di bawah ini:

Responden	Intensitas Pesan Responden		Tampilan Media		Isi Media	
	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post
Laki-Laki	6,2032	9,1027	6,6031	8,7655	6,8995	8,7912
Perempuan	5,5210	8,8825	5,8194	8,8056	6,2176	8,7824
Keseluruhan	5,7013	8,9407	6,0266	8,7950	6,3978	8,7847

Tabel 1 Nilai Rata-Rata Variabel

Sumber : Olah data Teddy Dyatmika 2018

Katagori untuk penilaian kuesioner yang diberikan kepada objek penelitian adalah sebagai berikut :

- 0,01 - 2,00 : Sangat Jelek/Jarang
- 2,01 - 4,00 : Jelek/Jarang
- 4,01 - 6,00 : Sedang
- 6,01 - 8,00 : Bagus/Sering
- 8,01 - 10,00 : Sangat Bagus/Sering

Dari data tabel 1 di atas dapat dilihat sebagai berikut :

- a) Mahasiswa UMC menilai bahwa media kampanye sosial *safety riding* selama ini yang mereka jumpai dari segi intensitas pesan rata-rata sebesar 5,7013 atau dengan kata lain masuk katagori sedang untuk mereka jumpai. Akan tetapi dapat kita lihat bahwa mahasiswa laki-laki lebih sering menjumpai media kampanye sosial selama ini dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Mahasiswa laki-laki masuk dalam katagori sering menjumpai dengan nilai rata-rata 6,2032. Sedangkan mahasiswa perempuan masuk dalam katagori sedang dengan nilai rata rata 5,5210.
- b) Mahasiswa UMC menilai bahwa media kampanye sosial *safety riding* selama ini

yang mereka jumpai dari segi tampilan media memiliki rata-rata penilaian sebesar 6,0266 atau dengan kata lain masuk katagori bagus. Mahasiswa laki-laki menganggap lebih bagus tampilan media kampanye sosial yang pernah mereka lihat selama ini dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sebesar 6,6031 (masuk katagori bagus) dan mahasiswa perempuan memiliki rata-rata penilaian sebesar 5,8194 (masuk katagori sedang)

- c) Mahasiswa UMC menilai bahwa media kampanye sosial *safety riding* selama ini yang mereka jumpai dari segi isi media memiliki rata-rata penilaian sebesar 6,3978 atau dengan kata lain masuk katagori bagus. Mahasiswa laki-laki menganggap lebih bagus isi media kampanye sosial yang pernah mereka

lihat selama ini dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sebesar 6,8995 (masuk katagori bagus) dan mahasiswa perempuan memiliki rata-rata penilaian sebesar 6,2176 (masuk katagori bagus)

- d) Setelah dilakukan pemasangan media kampanye sosial *safety riding* dari media limbah kain batik di lingkungan kampus, mahasiswa UMC menilai intensitas pesan rata-rata sebesar 8,9407 atau dengan kata lain masuk katagori sangat sering mereka jumpai. Hal tersebut dikarenakan mereka sering sekali menjumpai media kampanye sosial *safety riding* dari media limbah kain batik di lingkungan kampus. Mahasiswa laki-laki lebih sering menjumpai media kampanye sosial *safety riding* dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sebesar 9,1027 (masuk katagori sangat sering) dan mahasiswa perempuan memiliki rata-rata penilaian sebesar 8,8825 (masuk katagori sangat sering).
- e) Setelah dilakukan pemasangan media kampanye sosial *safety riding* dari media limbah kain batik di lingkungan kampus, mahasiswa UMC menilai tampilan media kampanye sosial *safety riding* rata-rata sebesar 8,7950 atau dengan kata lain masuk katagori sangat bagus. Mahasiswa perempuan menilai bahwa tampilan media kampanye sosial *safety riding* lebih tinggi dibandingkan dengan penilaian mahasiswa laki-laki. Mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sebesar 8,7655 (masuk

katagori sangat bagus) dan mahasiswa perempuan memiliki rata-rata penilaian sebesar 8,8056 (masuk katagori sangat bagus).

- f) Setelah dilakukan pemasangan media kampanye sosial *safety riding* dari media limbah kain batik di lingkungan kampus, mahasiswa UMC menilai isi media kampanye sosial *safety riding* rata-rata sebesar 8,7847 atau dengan kata lain masuk katagori sangat bagus. Mahasiswa laki-laki menilai bahwa isi media kampanye sosial *safety riding* lebih tinggi dibandingkan dengan penilaian mahasiswa perempuan. Mahasiswa laki-laki memiliki rata-rata penilaian sebesar 8,7912 (masuk katagori sangat bagus) dan mahasiswa perempuan memiliki rata-rata penilaian sebesar 8,7824 (masuk katagori sangat bagus).

Uji Banding

Pada penelitian ini juga dilakukan uji banding untuk mengetahui perilaku mahasiswa UMC dalam melakukan kendaraan secara aman di jalan raya. Uji banding ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perubahan perilaku mahasiswa UMC sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik dengan perilaku mahasiswa UMC dalam berkendara aman setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

Hipotesis :

Ho : $R = 0$: Tidak ada hubungan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus dengan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

H1 : $R \neq 0$: ada hubungan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus dengan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

Pengambilan keputusan:

Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka Ho diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka Ho ditolak

Tabel 2 Hasil Hubungan dari Uji Banding

Sumber : Olah data Teddy Dyatmika 2018

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Perilaku Sebelum	89,0136	367	10,75572	,56144
Perilaku Sesudah	94,1090	367	4,80427	,25078

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Perilaku Sebelum & Perilaku Sesudah	367	,546	,000

Dari tabel 2 di atas pada *Paired Samples Statistics* menunjukkan bahwa nilai N menunjukkan jumlah mahasiswa yang dijadikan sampel sebanyak 367 mahasiswa. Sedangkan pada kolom mean menunjukkan adanya rata-rata perilaku mahasiswa UMC sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus dengan sesudah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus. Pada kolom tersebut menunjukkan peningkatan perilaku mahasiswa UMC dari yang awalnya sebelum ada media kampanye

sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus rata-rata perilaku mahasiswa UMC sebesar 89,0136. Akan tetapi setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik dilingkungan kampus rata-rata perilaku mahasiswa UMC naik menjadi 94,1090.

Sedangkan pada *Paired Simple Correlation* menunjukkan bahwa nilai sig atau probabilitas $< 0,05$, artinya H0 ditolak. Berarti terdapat atau ada hubungan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan

limbah kain batik di lingkungan kampus dengan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus. Bersarnya hubungan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus dengan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus dapat dilihat pada kolom *correlation* yaitu sebesar 0,546 atau 54,6%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa hubungan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus dengan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus masuk katagori sedang atau cukup signifikan.

Selanjutnya kita akan mengetahui apakah ada perubahan perilaku antara sebelum dan sesudah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

Hipotesis :

$H_0 : R = 0$: Tidak ada perbedaan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

$H_1 : R \neq 0$: Ada perbedaan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus.

Pengambilan keputusan:

Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ atau probabilitas $\geq 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Dari tabel 3 di bawah menunjukkan bahwa sig atau probabilitas sebesar ,000 atau $< 0,05$ dan $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$. Dimana $t \text{ hitung}$ menunjukkan angka -10,760 sedangkan pada $-t \text{ tabel}$ sebesar -1,960. Artinya H_0 di tolak. Karena H_0 ditolak maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada perbedaan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus. Besarnya perbedaan perilaku dapat dilihat pada kolom mean yang menunjukkan angka (-5,09537). Tanda negatif di depan angka menunjukkan perubahan perilaku mengalami peningkatan dari sebelum ke sesudah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik di lingkungan kampus. Besarnya perubahan perilaku sebesar 5,09537.

Tabel 3 Hasil dari Uji Banding
Sumber : Olah data Teddy Dyatmika 2018

		Paired Samples Test							
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Perilaku Sebelum - Perilaku Sesudah	-5,09537	9,07161	,47353	-6,02656	-4,16418	-10,760	366	,000

Dari penelitian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa dengan adanya kampanye sosial *safety riding* yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Cirebon dengan menggunakan poster dengan menggunakan bahan baku limbah kain batik bekas pakai ternyata dapat mengubah perilaku dari mahasiswa dalam berkendara di jalan raya. Adapun perubahan perilakunya sebesar 5,09537 atau sekitar 5,09% dari perilaku awal sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* di kampus Universitas Muhammadiyah Cirebon. Hal tersebut sesuai dengan teori pembelajaran sosial dimana perilaku seseorang dapat berubah apabila orang tersebut melihat perilaku orang lain atau melihat pesan yang ada di media massa. Intensitas pesan dari kampanye sosial *safety riding* yang ada di lingkungan kampus menjadi salah satu faktor perubahan perilaku dari mahasiswa dalam berkendara aman. Senada dengan apa yang disampaikan oleh McLuhan dalam (Morrison, 2013:493) bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan yang sangat penting dalam memberikan pengaruhnya kepada masyarakat, dan

bukan isi pesannya. Tampilan media dari kampanye sosial *safety riding* berupa poster dari limbah kain batik dan isi dari media tersebut dibuat semenarik mungkin dan isi pesan dibuat semudah mungkin untuk dipahami. Ini dikarenakan apabila tampilan pesan dari media kampanye sosial menarik, maka mahasiswa cenderung lebih memperhatikan media kampanye sosial tersebut. Begitu juga dengan isi pesan yang dibuat sederhana mungkin agar mudah dipahami oleh mahasiswa. Isi pesan dari media dibuat sederhana dan tidak terlalu panjang agar tingkat pemahaman mahasiswa mengenai isi pesan tidak kesulitan untuk dipahami.

D. SIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Intensitas pesan sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik sebesar 5,7013 masuk katagori sedang sedangkan setelah media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik terpasang intensitas pesan naik menjadi 8,9407 masuk katagori sering.
2. Tampilan Media sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik sebesar 6,0266 masuk katagori bagus sedangkan setelah media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik terpasang tampilan media naik menjadi 8,7950 masuk sangat bagus.
3. Isi Media sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik sebesar 6,3978 masuk katagori bagus sedangkan setelah media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik terpasang isi media naik menjadi 8,7847 masuk sangat bagus.
4. Ada hubungan yang positif antara sebelum ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik dengan sesudah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan bahan kain batik sebesar 54,6%.
5. Selain itu, ada perbedaan perilaku mahasiswa UMC setelah ada media kampanye sosial *safety riding* menggunakan limbah kain batik

dilingkungan kampus. Besarnya perubahan perilaku sebesar 5,09537.

Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah membiayai penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hutagalung, Inge. 2015. *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Indeks. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Lattimore, D, Otis B, Suzette, Elizabeth. 2010. *Public Relations Profesi dan Praktik*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Edisi 9. Salemba Humanika. Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu. Yogyakarta.

Website

- Berita Satu. 2017. Sepeda Motor Dominasi Pelanggaran Lalu Lintas di Cirebon. <http://www.beritasatu.com/nasional/418693-sepeda-motor-dominasi-pelanggaran-lalu-lintas-di-cirebon.html>. Diakses tanggal 04 Juni 2017.
- Korlantas Polri. 2017. Accident Data. <http://www.korlantas-irsms.info/graph/accidentData>. Diakses tanggal 04 Juni 2017.
- Menristekdikti. 2017. Pangkalan data. <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi/detail>. Diakses tanggal 04 Juni 2017.