

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan beserta pemaparan bahasan yang didukung oleh teori-teori mengenai “Kampanye Sanksi Sistem Kunci Roda Kendaraan oleh Dishub Kota Bandung dengan Kedisiplinan Pengendara di Jalan Otista Bandung” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara Komunikator Kampanye (X1) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa petugas sebagai komunikator memiliki kredibilitas, daya tarik dan kemampuan dalam menyampaikan pesan kampanye sanksi kunci roda kendaraan, sehingga dapat menjalankan fungsinya dalam mempengaruhi publik untuk berperilaku disiplin dalam memarkir kendaraan.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara Pesan Kampanye (X2) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa pesan kampanye mengenai sanksi kunci roda kendaraan telah tersusun dengan sistematis, memiliki gaya pesan yang mudah dimengerti, dan terdapat penekanan informasi yang penting sehingga membentuk kedisiplinan pengendara.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara Media Kampanye (X3) dengan Kedisiplinan Pengendara (Y). Kesimpulan ini menunjukkan

bahwa media kampanye yang digunakan telah menjadi saluran komunikasi yang efektif dalam menyampaikan aturan dan sanksi kunci roda kendaraan sehingga dapat membentuk sikap disiplin pengendara.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti memberikan saran baik secara praktis untuk Dinas Perhubungan Kota Bandung dalam kegiatan kampanye selanjutnya maupun secara teoritis untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Praktis

1. Hasil penelitian menunjukkan komunikator (petugas) dapat menjalankan fungsinya dengan baik untuk menyampaikan aturan dan menegakkan sanksi terhadap pelanggar. Untuk menghindari kesan represif dari petugas yang memberikan sanksi, hendaknya Dinas Perhubungan Kota Bandung memberikan pelatihan yang berkala terhadap petugas mengenai teknik persuasi dalam komunikasi. Hal ini telah dilakukan oleh jajaran kepolisian (Satlantas) yang mengubah cara berkomunikasi lebih persuasif sehingga citra lembaga lebih positif.
2. Hendaknya dalam perancangan pesan lebih menggunakan kata-kata dan gaya bahasa yang tidak kaku, sehingga semakin mudah dipahami oleh publik. Perancangan pesan hendaknya juga disertai dengan gambar sehingga semakin meningkatkan daya tarik pesan kampanye.

Selain itu, hendaknya pihak Dinas Perhubungan Kota Bandung juga memberikan penjelasan yang lebih mendetail mengenai latar belakang, isi, dan tujuan dari adanya sanksi ini, sehingga kedisiplinan masyarakat tidak hanya terbentuk dari adanya sanksi tetapi memahami manfaat dari aturan ini.

3. Hendaknya media yang digunakan lebih bervariasi, misalnya dengan menggunakan media audiovisual yang menampilkan gambar dan suara sehingga menambah daya tarik media. Selain itu, media kampanye bisa dipasang di berbagai tempat dan juga melalui berbagai kegiatan seperti pada *Car Free Day* sehingga aturan ini dapat lebih dipahami oleh publik Kota Bandung.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya dapat memperdalam kajian dengan menggunakan teori dan konsep dalam komunikasi antarpersona dari petugas dalam memberikan penjelasan dan sanksi kepada pengendara. Hal ini karena petugas sebagai ujung tombak penegakan aturan dan sanksi yang dapat membangun perilaku publik.
2. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya dapat memperdalam kajian komunikasi persuasif baik sebagai landasan teori maupun dalam operasionalisasi variabel serta pembahasan, sehingga proses persuasi dapat lebih diketahui. Hal ini karena kampanye merupakan bagian dari bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan untuk merubah perilaku khalayak yang menerima pesan kampanye.