

PENGARUH PENDEKATAN PESAN INJUNGTIK NORMATIF TERHADAP KEPATUHAN PARA PENGENDARA SEPEDA MOTOR SAAT LAMPU MERAH MENYALA DI KAWASAN KELURAHAN TEMBALANG DAN BANYUMANIK

Frenky Fernando, Adi Dinardinata

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

frenkyfernando088@gmail.com, dinar.antz@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan pesan persuasif dengan empat jenis pendekatan yang berbeda (preskriptif, proskriptif, konsekuensi, jastifikasi serta pesan netral sebagai kelompok kontrol), terhadap perilaku kepatuhan para pengendara sepeda motor di lampu merah. Metode penelitian yang digunakan adalah *true experiment* dengan teknik *posttest-only control group design*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengendara sepeda motor di kawasan Kelurahan Tembalang dan Banyumanik dengan sampel sebanyak 1500 orang pengendara. Pengendara sepeda motor tersebut tidak memiliki halangan di depannya, sehingga memungkinkan untuk melanggar atau berhenti. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan teknik observasi *non-partisipan* dan dianalisis dengan teknik statistika regresi logistik biner. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif ($0,000 < 0,05$) antara perbedaan jenis pesan terhadap perilaku kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Pendekatan konsekuensi adalah yang paling efektif, ditunjukkan dengan nilai OR sebesar 1,785. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pesan dengan pendekatan konsekuensi dapat meningkatkan angka kepatuhan di lampu merah sebesar 78,5% dibandingkan pesan netral. Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan pesan persuasif terbukti dapat meningkatkan kepatuhan para pengendara sepeda motor di lampu merah. Adanya penelitian ini dapat menjadi dasar dalam penggunaan papan tanda persuasif, sehingga dapat membantu mengurangi pelanggaran di lampu lalu lintas.

Kata Kunci: Jastifikasi, Kepatuhan, Konsekuensi, Pesan Persuasif, Preskriptif, Proskriptif

Abstract

This study aims to determine the effect of persuasive message usage with four different approach types (prescriptive, proscriptive, consequence, justification and neutral message as control group), to the behavior of motorcyclists' obedience at red lights. The research method used is true experiment with posttest-only control group design technique. The population in this research is all motorcyclists in urban areas of Tembalang and Banyumanik with 1500 riders as the sample. The bike rider has no obstacles in front of, making it possible to violate or stop. The sampling technique used is accidental sampling. The data were collected by non-participant observation technique and analyzed by binary logistic regression. The results of the analysis showed a significant positive effect ($0,000 < 0,05$) among the different types of messages on the behavior of motorcyclists when the red lights are on. The consequence approach is the most effective, indicated by an OR value of 1.785. The value indicates that message with consequence approach can increase the obedience rate at red light by 78,5% compared with neutral message. This study proves that the use of persuasive messages is proven to improve the obedience motorcyclists at red light. The existence of this research can be the basis in the use of persuasive signboards to help reduce violations at traffic lights.

Keywords: Justification, Obedience, Consequences, Persuasive Messages, Prescriptive, Proscriptive

PENDAHULUAN

Telah banyak penelitian tentang penggunaan pesan persuasif untuk menegakkan suatu norma sosial dan dalam upaya intervensi kesehatan dan norma sosial di wilayah rekreasi. Namun belum ada yang dapat menjelaskan pendekatan pesan persuasif yang cocok digunakan untuk pelanggaran lalu lintas. Padahal masalah lalu lintas adalah topik yang selalu dibicarakan oleh pemerintah Indonesia bahkan dunia dari tahun ke tahun. Hal ini karena popularitasnya yang terus naik sebagai salah satu faktor penyebab kematian. Bahkan kecelakaan lalu lintas bisa dinobatkan sebagai faktor penyebab kematian nomor tiga di Indonesia setelah jantung dan *stroke* (Carina, 2017) dan nomor tujuh di dunia jika tidak secepatnya ditangani (WHO, 2018).

Merujuk pada data yang dikeluarkan oleh Korlantas Polri, angka kecelakaan di Indonesia mengalami peningkatan sejak 2014 hingga 2016. Sepanjang 2014, angka kecelakaan yang tercatat adalah sebanyak 95.906 kasus. Pada tahun selanjutnya terjadi peningkatan menjadi 98.970 kasus dan pada tahun 2016 angka tersebut kembali meningkat menjadi 105.374 kasus. Dari total 105.374 kasus di tahun 2016 korban meninggal dunia terdapat sebanyak 25.869 orang, luka berat sebanyak 22.939 orang dan luka ringan sebanyak 120.913 orang. Berdasarkan jenis kendaraannya, sepeda motor menempati posisi pertama sebagai moda transportasi yang paling sering mengalami kecelakaan di jalan raya. Bahkan angka pelanggaran sepeda motor menjadi yang paling dominan pada setiap jenis pelanggaran lalu lintas (Korlantas Polri, 2017).

Permasalahan ketertiban lalu lintas tidak hanya mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah Indonesia, namun juga menjadi topik yang hangat dibahas oleh pemerintah dunia. Hal ini karena lebih dari 1,25 juta orang di dunia meninggal akibat kecelakaan lalu lintas. 90% dari angka kematian tersebut terjadi di negara berpenghasilan rendah dan menengah meskipun angka kepemilikan sepeda motor yang terdaftar adalah hanya sekitar 54% di dunia (WHO, 2018). Ini menunjukkan bahwa di negara berkembang ketertiban lalu lintas masih sulit untuk diwujudkan dengan baik. Adapun angka kecelakaan yang paling banyak terjadi adalah pada pengguna sepeda motor dan pejalan kaki. Permasalahan ini juga mengakibatkan kerugian besar bagi perekonomian negara. Kerugian yang ditimbulkan dari permasalahan ini adalah sekitar 3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara (WHO, 2018). Oleh karena itu perlu adanya intervensi efektif dan praktis untuk mengatasi permasalahan pelanggaran lalu lintas, sehingga dapat mengurangi angka jumlah korban kecelakaan lalu lintas yang terus meningkat dan juga meminimalisir dampaknya terhadap perekonomian negara.

Metode-metode intervensi yang biasa digunakan untuk meningkatkan kepatuhan terhadap suatu norma sosial seperti keamanan berkendara pada dasarnya dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis (Galer, Berry, Ludwig, Evans, Gilmore & Clarke, 1990) yaitu: 1) strategi-strategi komunikasi edukasi, 2) strategi-strategi berbasis *activator* menggunakan anteseden dan *prompting*, dan 3) strategi-strategi berbasis konsekuensi menggunakan umpan balik, imbalan dan pinalti. Dari ketiga metode tersebut, strategi kedua berupa papan tanda persuasif berupa petunjuk, himbauan, larangan atau pengumuman lebih banyak digunakan. Hal ini karena penggunaan papan tanda persuasif dianggap lebih praktis dan harganya lebih terjangkau (Leoniak & Maj, 2016). Misalnya, memasang papan tanda persuasif di jalan raya agar para pengendara secara tertib berhenti saat lampu merah menyala lebih murah harganya daripada harus menempatkan petugas atau kelompok berseragam setiap hari untuk mengatur lalu lintas secara langsung. Metode persuasif ini juga telah disarankan oleh peneliti sebelumnya sebagai cara yang efektif untuk mengubah sikap, niat, dan perilaku manusia menuju hasil yang diinginkan termasuk dalam tindakan keamanan (Siponen, 2008). Namun masalahnya adalah pesan persuasif seperti apakah yang efektif digunakan untuk menstimulasi kepatuhan terhadap suatu norma sosial?

Secara umum terdapat dua pendekatan pada pesan papan tanda persuasif yaitu dengan pendekatan injungtif (berupa perintah atau larangan) atau pendekatan deskriptif (berdasarkan perilaku masyarakat pada umumnya). Dari kedua pendekatan ini, para peneliti telah sepakat bahwa penggunaan pesan persuasif dengan pendekatan injungtif normatif (misalnya “harap berhenti saat lampu merah menyala” / “jangan menerobos lampu merah”) lebih efektif digunakan untuk menstimulasi perilaku yang diinginkan dari suatu norma sosial (Cialdini et al., 2006; Winter 2006; Leoniak & Maj, 2016). Pendekatan injungtif normatif berarti pendekatan injungtif pada norma (normatif). Namun pertanyaan penting muncul, pesan injungtif yang seperti apakah yang efektif digunakan untuk meningkatkan kepatuhan para pengendara sepeda motor di lampu merah? Apakah pesan yang dibingkai secara positif (preskriptif) atau pesan yang dibingkai secara negatif (proskriptif)? atau apakah pesan yang disajikan dengan tambahan konsekuensi dan justifikasi adalah yang lebih efektif?

Dalam penyajiannya, pesan injungtif dapat dibangun secara positif dan negatif (Winter, Sagarin, Rhoads, Barrett, & Cialdini, 2000). Artinya suatu pesan dinyatakan untuk mendorong perilaku yang diinginkan (positif) dengan mengajak orang lain untuk berlaku sesuai norma, atau mencegah perilaku yang tidak diinginkan (negatif). Misalnya sebuah papan pesan yang ditempel di lampu merah dapat mendorong para pengendara untuk berhenti saat lampu merah menyala atau mendorong mereka untuk tidak menerobos lampu merah dengan melarangnya. Manakah yang lebih berpengaruh dalam situasi kita? Penelitian Winter dkk, (2000) menunjukkan bahwa dari 134 responden, sebanyak 92% menyatakan bahwa pesan preskriptif adalah yang lebih efektif dan hanya 6% dari para responden yang menyatakan bahwa pesan proskriptif lebih efektif. Bahkan dari penelitian yang sama juga diketahui bahwa sebagian besar anggota NAI (organisasi nirlaba yang menjaga warisan budaya dan mengawasi interpretasi pesan di Amerika) dengan tingkat pengalaman yang berbeda dalam membangun papan tanda di Amerika, menyatakan pesan preskriptif lebih efektif digunakan baik di perkotaan maupun di alam liar. Akan tetapi penelitian eksperimental lanjutan yang juga dilakukan oleh Winter (2006) malah menunjukkan hasil yang sebaliknya. Penelitian tersebut menunjukkan penggunaan pesan injungtif proskriptif adalah tiga kali lebih efektif dari penggunaan pesan injungtif preskriptif. Winter juga menyatakan meski pesan yang dibingkai secara preskriptif lebih direkomendasikan oleh para penulis dan dianggap lebih efisien, namun pesan-pesan yang dibingkai secara negatif lebih efektif dalam penggunaan secara praktis.

Akibat ketidakkonsistenan ini, maka diperlukan penelitian lanjutan untuk melihat pembingkai pesan yang seperti apakah yang efektif? Walaupun kedua pendekatan memiliki makna yang sama dan hanya berbeda pada bentuk penyusunan kalimatnya, tetapi pengaruh yang diberikan akan sangat berbeda dan hasil penelitian pun masih bertentangan. Ada alasan untuk percaya bahwa pesan negatif lebih efektif karena lebih jelas, tegas dan cenderung mengarahkan para penerima pesan untuk fokus pada instruksi yang disampaikan. Kalimat negatif juga lebih cepat diingat dan mendapat pemrosesan yang lebih banyak sehingga tidak heran jika pendekatan negatif akan berdampak lebih besar. Telah banyak penelitian yang menunjukkan bahwa informasi negatif memiliki kekuatan pengaruh yang lebih besar dari pada rangsangan positif. Bahkan hampir tidak ada pengecualian dalam fenomena psikologis yang menunjukkan bahwa baik (positif) lebih kuat daripada yang buruk (negatif) yang bervalensi dalam jenis, keadaan dan kapasitas yang sama (Baumeister, Bratslavsky, Finkenauer, & Vohs, 2001). Namun hasil survey yang dilakukan oleh Winter menunjukkan bahwa masyarakat dan petugas *interpretative* pesan di Amerika lebih menyukai dan merekomendasikan pesan positif serta menganggap pesan dengan nada positif lebih efisien.

Disamping pesan yang dibingkai secara sederhana baik positif atau negatif, juga kita temukan pesan dengan tambahan keterangan tentang konsekuensi (misalnya dilarang merokok di area ini, bagi pelanggar akan dikenai denda 50 ribu rupiah) dan jastifikasi (misalnya dilarang membuang sampah di sungai ini untuk kondisi lingkungan dan kualitas air yang lebih baik). Memberikan alasan untuk peraturan hampir selalu lebih efektif daripada hanya menyatakan aturan (Ham, 1992). Memaparkan konsekuensi atau tujuan sebenarnya dari suatu norma dapat memancing kepatuhan individu karena cenderung sikap untuk menghindari hal yang merugikan dan akan berperilaku karena ada tujuan tertentu. Penambahan konsekuensi dan jastifikasi akan dapat mengaktifkan tujuan tertentu (dalam teori *goal framing*) yang dapat mengarahkan pada kepatuhan (Leoniak & Maj, 2016). Namun, manakah yang memiliki pengaruh yang lebih besar?

Melihat kuatnya pengaruh dari efek negatif, maka menambahkan keterangan dari konsekuensi dalam papan tanda persuasif normatif akan sangat mempengaruhi perilaku individu karena rasa takut akan hukuman. Bahkan sedari kecil individu sudah kenal dan selalu menghindari konsekuensi sehingga memancing kepatuhan terhadap orang tua. Namun penggunaan pesan sederhana dengan permintaan dan konsekuensi ini tidak selamanya efektif karena dapat memberikan dampak negatif sehingga pesan tidak berpengaruh pada perilaku secara optimal. Untuk mengurangi dampak negatif ini, Wogalter (1997) memberikan solusi untuk mengganti konsekuensi pada pesan dengan pemaparan akan maksud sebenarnya (jastifikasi) dari pesan injungtif yang disampaikan legislator. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pesan tanda yang didesain dengan gambar, kata-kata implisit dan jastifikasi (misalnya, “Jika Anda melakukan ini, kita akan memiliki layanan lift yang lebih baik”) lebih efektif daripada pesan dengan konsekuensi. Jastifikasi pada isi pesan papan tanda persuasif akan mempengaruhi pemahaman dari tujuan pembuatan norma sehingga pesan akan menjadi lebih memotivasi, sehingga dapat efek negatif dari pesan sederhana berbasis permintaan atau dipasangkan konsekuensi.

Selain itu, mengacu pada *Goal Framing Theory*, pesan tanda persuasif menjadi efektif jika isi pesan dapat mengaktifkan minimal satu dari tiga bingkai tujuan yaitu bingkai hedonis, bingkai keuntungan dan bingkai normatif. Pembingkai pesan akan mempengaruhi cara seseorang memandang suatu pesan persuasif sebelum bertindak. Bingkai tujuan hedonis bertumpu pada perasaan seseorang (Lindenberg & Steg, 2013). Individu dengan bingkai tujuan hedonis akan mematuhi satu aturan apabila dapat memberikan kepuasan pada dirinya sehingga dapat meningkatkan suasana hatinya. Dengan demikian memasang tanda jastifikasi untuk memancing pemahaman pembaca akan lebih efektif digunakan.

Bingkai tujuan keuntungan bertumpu pada usaha untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan dirinya sendiri (Lindenberg & Steg, 2013). Kebutuhan yang didasarkan pada keuntungan ini akan mudah diaktifkan dengan pemberian sanksi terhadap pelanggaran norma tertentu. Bingkai tujuan normatif berhubungan dengan keinginan seseorang untuk bertindak secara benar sesuai dengan aturan yang ada. Hal ini akan membuat seseorang peka terhadap apa yang menurut mereka harus dilakukan dan akan berusaha melakukan perilaku yang benar sebagaimana orang lain juga melakukannya (Lindenberg & Steg, 2013). Individu dengan bingkai tujuan normatif akan tetap mematuhi aturan meskipun orang lain melanggarnya, sehingga memasang tanda persuasif netral (lampu merah = berhenti) atau tanda sederhana dengan pendekatan preskriptif atau proskriptif akan dapat efektif untuk mempengaruhi kepatuhan mereka.

Berdasarkan rasionalitas diatas dan pertimbangan efektifitas pesan menurut teori goal framing telah membuat kita bingung dengan bingkai pesan yang seharusnya digunakan. Oleh karena itu diperlukan penelitian ini untuk menyelesaikan kebingungan tersebut. Disamping karena masih sedikitnya penelitian tentang efektifitas keempat jenis pesan persuasif terhadap norma sosial,

penelitian ini juga penting guna mendukung program penertiban lalu lintas yang sedang digalakkan sejak tahun 2011 oleh pemerintah dunia dan pemerintah Indonesia. Hasil penelitian ini akan memberikan tambahan teknik psikoedukasi efektif dengan biaya yang lebih terjangkau, sehingga program RUNK (Rencana Umum Nasional Keselamatan) yang telah dirancang pemerintah dapat berjalan secara merata.

Terdapat dua hipotesis atau rumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini, yaitu: 1) Apakah perbedaan jenis pesan persuasif memiliki pengaruh yang berbeda terhadap peningkatan angka kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala?; 2) Pesan manakah yang lebih efektif digunakan untuk meningkatkan angka kepatuhan para pengendara sepeda motor di lampu merah?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membandingkan pengaruh jenis pesan persuasif dengan pendekatan preskriptif, proskriptif, konsekuensi dan jastifikasi terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala yang dikontrol oleh jenis pesan persuasif netral terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor di kawasan Kelurahan Tembalang dan Banyumanik.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksperimen dengan disain *posttest-only control group design*.

1. Sampel dan tempat penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah para pengendara sepeda motor di kawasan Kelurahan Tembalang dan Banyumanik. Subjek dipilih dengan teknik *accidental sampling* sejumlah 1500 pengendara sepeda motor di kawasan Tembalang dan Banyumanik yang berada di tiga titik lampu lalu lintas yang telah ditentukan saat pengambilan data berlangsung. Kriteria subjek yang akan dihitung dalam penelitian ini adalah *pertama*, semua pengendara sepeda motor yang menerobos dan berhenti saat lampu merah menyala. *Kedua*, tidak ada halangan didepannya. *Ketiga*, dapat melihat pesan. Terdapat tiga titik lampu merah yang menjadi tempat pengambilan data. Dua titik lampu lalu lintas berada di Kelurahan Tembalang tepatnya di jalan Prof. Soedarto (depan masjid kampus undip) dan satunya berada di Kelurahan Banyumanik yang berlokasi di Jalan Jendral Pol Anton Sujarwo (dekat Rumah Sakit Hermina).

2. Instrumen penelitian

Terdapat lima papan tanda persuasif yang berisi pesan dengan pendekatan berbeda-beda. Terdapat lima jenis pendekatan pesan yang akan diujikan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Pendekatan preskriptif: "Harap berhenti saat lampu merah menyala!"
- b. Pendekatan proskriptif: "Harap jangan menerobos saat lampu merah menyala!"
- c. Pendekatan jastifikasi: "Berhenti saat lampu merah = menghormati hak orang lain"
- d. Pendekatan konsekuensi: "Melanggar lampu merah = mempermalukan diri sendiri"
- e. Pendekatan netral: "lampu merah = berhenti"

3. Pengumpulan dan analisis data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi non partisipan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi logistik biner. Teknik analisis statistik regresi logistik biner merupakan suatu teknik statistik yang dapat mendeskripsikan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang bersifat kategorik dikotomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data menggunakan regresi logistik biner menunjukkan bahwa variabel jenis pesan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepatuhan. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel jenis pesan (0,00) lebih rendah dari nilai α (0,05). Temuan ini kemudian diperkuat oleh nilai chi-square variabel jenis pesan persuasif (33,943) yang lebih besar dari nilai chi-square tabel pada DF 4 ($p=0,05$) sebesar 9,488, yang berarti terdapat pengaruh jenis pesan persuasif terhadap kepatuhan. Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dari pesan persuasif terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala.

Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi dan persen perubahan yang beragam dari masing-masing pesan. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pesan memiliki nilai efektifitas yang berbeda. Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Artinya, perbedaan pendekatan pesan persuasif yang digunakan akan memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor saat di lampu merah. Adapun hasil analisis dari masing-masing pesan persuasif dapat di rincikan sebagai berikut.

1. Pendekatan Preskriptif

Pendekatan pertama adalah pendekatan preskriptif. Dari analisis regresi logistik diketahui bahwa pendekatan preskriptif memiliki nilai positif signifikan sebesar 0.001. Artinya pesan dengan pendekatan preskriptif secara signifikan mempengaruhi angka kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Pesan preskriptif memiliki nilai OR sebesar 1,712. Angka tersebut mengartikan bahwa pesan dengan pendekatan ini dapat meunculkan angka kepatuhan 1,712 kali lebih tinggi atau 71,2% lebih besar dibandingkan pesan netral [$100 (1,712 - 1) = 71,2$]. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pesan preskriptif lebih efektif digunakan untuk menstimulasi kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala daripada pesan netral.

Temuan ini mengkonfirmasi hasil penelitian tentang efektifitas pesan preskriptif dan preskriptif di California yang dilakukan oleh Winter dkk pada tahun 2000. Survei yang dilakukan Winter dalam penelitiannya kepada masyarakat dan anggota NAI (National Association for Interpretation) yang merupakan suatu organisasi profesional nirlaba yang berdedikasi dalam upaya interpretasi warisan budaya di Amerika, Kanada dan lebih dari tiga puluh negara lainnya, menyatakan bahwa pesan yang disusun dengan pesan preskriptif lebih efektif dan lebih disarankan daripada pesan dengan bingkai negatif.

2. Pendekatan Proskriptif

Jenis pesan kedua adalah pesan persuasif yang dibingkai secara negatif (proskriptif). Pendekatan ini memiliki nilai signifikansi (0,288) yang lebih besar dari nilai α (0,050) yang berarti tidak signifikan mempengaruhi kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Pesan proskriptif memiliki nilai OR sebesar 1,190 yang berarti memunculkan angka kepatuhan 1,19 kali lipat atau 19% lebih tinggi daripada pesan netral [$100 (1,190 - 1) = 19$]. Meskipun dapat memunculkan angka kepatuhan yang lebih tinggi daripada pendekatan netral, namun secara statistik jenis pesan ini tidak signifikan mempengaruhi variabel Y. Penyebabnya adalah karena perubahan yang terjadi hanya pada 71,2 % subjek, sedangkan diperlukan 95% agar dapat dikategorikan signifikan.

Baik pesan proskriptif maupun pesan preskriptif sama-sama dapat meningkatkan angka kepatuhan. Ini sesuai dengan penelitian Leoniak & Maj pada tahun 2016 tentang jenis pesan tandapersuasif yang efektif untuk menjaga kebersihan roti diswalayan. Penelitian tersebut juga menyatakan papan tanda bentuk preskriptif dan proskriptif sama-sama dapat memunculkan kepatuhan yang lebih tinggi dibandingkan pesan netral, dimana hal yang sama juga ditemukan dalam penelitian ini. Namun mengacu pada perdebatan tentang efektifitas pesan preskriptif dan proskriptif, temuan dalam penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Leoniak & Maj tersebut yang menyatakan bahwa pesan proskriptif lebih dominan memunculkan kepatuhan daripada pesan preskriptif. Melalui penelitian yang juga dianalisis dengan metode statistika regresi logistik ini dapat diketahui bahwa pendekatan preskriptif lebih efektif dari pendekatan proskriptif.

3. Pendekatan Konsekuensi

Pendekatan ketiga adalah pendekatan konsekuensi. Dari analisis regresi logistik diketahui bahwa pendekatan konsekuensi memiliki nilai positif signifikan sebesar 0.000. Angka ini lebih kecil daripada nilai Alfa 0,05, yang berarti pesan dengan pendekatan konsekuensi secara signifikan dapat mempengaruhi peningkatan perilaku kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Pendekatan konsekuensi memiliki nilai OR sebesar 1,785. Angka tersebut menunjukkan penggunaan pesan konsekuensi memberikan peningkatan angka kepatuhan sebesar 1,785 kali lebih tinggi atau 78,5% lebih besar dibandingkan pesan netral [$100 (1,785 - 1) = 78,5$]. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pesan konsekuensi mampu memunculkan angka kepatuhan yang lebih tinggi dari pada pesan netral. Efektifitas penggunaan pesan dengan pendekatan konsekuensi terhadap norma sosial juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan Duncan & Martin (2002) yang membandingkan efektifitas pesan konsekuensi dengan pesan interpretatif pada pengunjung alam liar. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pesan yang berisi sanksi berdampak positif terhadap aturan larangan membuat api unggun di hutan belantara.

4. Pendekatan Jastifikasi

Pendekatan keempat adalah pendekatan jastifikasi. Dari analisis regresi logistik diketahui bahwa pendekatan jastifikasi memiliki nilai signifikan sebesar 0,217. Angka ini lebih besar daripada nilai Alfa 0,05, yang berarti pesan dengan pendekatan jastifikasi tidak signifikan mempengaruhi peningkatan perilaku kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Pendekatan jastifikasi memiliki nilai OR sebesar 0,815. Angka tersebut menunjukkan penggunaan pesan jastifikasi dapat menurunkan angka kepatuhan sebesar 0,815 kali atau akan menunjukkan angka kepatuhan -81,5% lebih rendah dibandingkan pesan netral [$100 (0,815 - 1) = -81,5$]. Dengan demikian diketahui bahwa pesan dengan pendekatan jastifikasi memiliki angka kepatuhan yang lebih rendah dari pada pesan netral.

Dari penjelasan diatas telah jelas bahwa yang memiliki nilai signifikansi dan nilai pengaruh paling tinggi terhadap perilaku kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala adalah jenis pesan dengan pendekatan konsekuensi. Dengan demikian diketahui bahwa pesan yang disajikan dengan tambahan sanksi, punishment atau akibat yang akan diterima para pelanggar norma sangat efektif meningkatkan kepatuhan terhadap suatu norma. (Duncan & Martin, 2002) Meskipun stimulus dalam konsekuensi tidak berupa punishment, namun setiap konsekuensi yang dipaparkan pada pesan akan memberikan efek seperti punishment. Sehingga perilaku yang muncul adalah karena seseorang takut untuk dihukum atau takut untuk terlihat buruk dimata orang lain. Artinya menstimulasi kepatuhan dengan rasa takut dan punishment dapat memberikan respon yang positif terhadap suatu norma.

Penelitian ini juga menguatkan penelitian Manning (2003) yang berjudul *Emerging principles for information/education in Wilderness management*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa penggunaan pesan yang bersifat menghukum lebih efektif digunakan untuk memunculkan perilaku yang diinginkan secara langsung setelah terpapar pesan dari pada menggunakan pendekatan berupa permintaan. Perlu diingat bahwa papan tanda atau pemberitahuan di tempat umum (termasuk di lampu lalu lintas) merupakan stimulus yang digunakan untuk memunculkan respon perilaku yang diinginkan secara langsung dan dalam waktu yang singkat setelah membaca pesan. Oleh karena itu dibutuhkan pendekatan yang praktis, sehingga menggunakan pesan dengan pendekatan konsekuensi efektif untuk meningkatkan kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala di Kelurahan Tembalang dan Banyumanik. Hal ini juga didukung oleh Winter (2006) yang menyatakan bahwa pesan yang bersifat menghukum adalah yang paling efektif untuk memunculkan perilaku yang diinginkan secara langsung.

Lebih lanjut, dari hasil interpretasi data analisis regresi logistik dalam penelitian ini, diketahui bahwa jumlah persen sumbangan efektif variabel jenis pesan persuasif terhadap variabel kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala adalah sebesar 3%. Artinya masih terdapat 97% faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Ini mengkonfirmasi hasil temuan dalam penelitian Rahmatin (2017) tentang komunikasi persuasif sales terhadap keputusan membeli. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam proses persuasif terdapat faktor lain yang secara tidak langsung memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada isi pesan. Salah satunya adalah faktor pengorganisasian pesan seperti attention (pesan dapat menarik perhatian), need (memunculkan kebutuhan sehingga dianggap berguna), satisfaction (membangkitkan kepuasan), visualization (memberikan gambaran sehingga mudah di pahami) dan action (mengajak untuk bertindak).

Lawrence Kohlberg (dalam Santrock, 2003) menjelaskan bahwa dalam perkembangan moral individu, kesadaran terhadap norma berdasarkan pendekatan kognitif dibagi menjadi enam tahap perkembangan, yaitu pra-konvensional tahap I dan II, konvensional tahap I dan II, serta pasca konvensional tahap I dan II. Perkembangan moral Kohlberg menjelaskan tentang bagaimana seseorang memandang, bertanggung jawab dan menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan norma-norma sosial yang berlaku di lingkungan sosialnya.

Dari enam tahap perkembangan dalam teori perkembangan moral Kohlberg tersebut, diketahui bahwa para pengendara sepeda motor di Tembalang dan Banyumanik sebagian besar masih berada pada pra-konvensional tahap I. Tahap pra-konvensional I merupakan tahap orientasi terhadap hukuman yang berlaku. Pada tahap perkembangan ini, kepatuhan terhadap norma dipicu oleh rasa takut untuk dihukum. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pendekatan konsekuensi adalah yang paling efektif menstimulasi kepatuhan para pengendara sepeda motor di lampu merah.

KESIMPULAN

Hasil analisis statistika regresi logistik biner menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara jenis pendekatan pesan persuasif terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala. Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Ini menunjukkan bahwa penggunaan pesan persuasif dapat meningkatkan angka kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala di kawasan Kelurahan Tembalang dan Banyumanik.

Hasil analisis data juga menunjukkan angka signifikansi dan persen perubahan yang beragam dari masing-masing pesan. Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Artinya perbedaan pendekatan pesan persuasif memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kepatuhan para pengendara sepeda motor saat lampu merah menyala.

DAFTAR PUSTAKA

- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad Is Stronger Than Good. *Review of General Psychology*.
- Carina, J. (2017, Agustus 24). Kepala BPTJ: Pembunuh Nomor 3 di Dunia Kecelakaan Kendaraan Bermotor. *Kompas.com*.
- Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoads, K., & Winter, P. L. (2006). Managing Social Norms for Persuasive Impact. *Social Influence*.
- Duncan, B. Y. G. S., & Martin, S. R. (2002). Comparing The Effectiveness of Interpretive and Sanction Messages For Influencing Wilderness Visitors Intended Behavior. *International Journal of Wilderness*.
- Galer, Berry, Ludwig, Evans, Gilmore & Clarke, 1990.
- Ham, S. H. (1992). Environmental Interpretation: A Practical Guide For People With Big Ideas and Small Budgets. *Environment International*.
- Kleinbaum, D., & Klein, M. (2010). *Logistic Regression A Self-Learning Text (3rd edition)*. New York: Springer Science New York.
- Korp Lalu Lintas Kepolisian Republik Indonesia. (2017). Statistika Laka. Retrieved from <http://korlantas.polri.go.id/statistik-2/>.
- Leoniak, K. J., & Maj, K. (2016). A Slice of Hygiene: Justification and Consequence in The Persuasiveness of Prescriptive and Proscriptive Signs. *Social Influence*.
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2013). Goal-framing Theory and Norm-Guided Environmental Behavior. In H. Van Trijp, *Encouraging Sustainable Behavior* (pp. 37-49). New York: Psychology Press.
- Manning, R.E. (2003). Emerging Principles For Information/Education In Wilderness Management. *International Journal of Wilderness*.
- Rahmatin, 2017.
- Siponen, M. T. (2008). A Conceptual Foundation For Organizational Information Security Awareness. *Information Management and Computer Security*.
- Winter, P. L. (2006). The Impact of Normative Message Types on Off-Trail Hiking. *Journal Of Interpretation Research*, 11, 35–52.
- Winter, P. L., Sagarin, B. J., Rhoads, K., Barrett, D. W., & Cialdini, R. B. (2000). Choosing to Encourage or Discourage: Perceived Effectiveness of Prescriptive Versus Proscriptive Messages. *Journal of Environmental Management*.
- Wogalter, M. S., Begley, P. B., Scancorelli, L. F., & Brelsford, J. W. (1997). Effectiveness of Elevator Service Signs: Measurement of Perceived Understandability, Willingness to Comply and Behaviour. *Journal of Applied Ergonomics*.
- World Health Organization. (2018, Februari 19). Road Traffic Injuries. *who.int*.