

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, efektivitas merupakan keadaan berpengaruh, dapat membawa dan berhasil guna (usaha, tindakan).³⁷ Efektivitas pada dasarnya merujuk kepada suatu ukuran yang memiliki kesesuaian antara hasil perolehan yang dicapai dengan hasil yang diharapkan. Merujuk pada pengertian di atas, dapat dipahami bahwa efektivitas bermuara kepada hasil dan tujuan, manfaat dan seberapa jauh tingkat ketercapaian antara harapan dengan kenyataan dilakukannya suatu tindakan atau perbuatan. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa efektivitas menjadi suatu tolak ukur yang digunakan secara tepat guna mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu pekerjaan atau tindakan.³⁸

b. Aspek-Aspek Efektivitas

Aspek-aspek efektivitas adalah tanda atau arah untuk menginterpretasikan suatu tindakan yang dilihat dari sudut pandang tertentu. Aspek efektivitas harus dicapai dalam suatu kegiatan guna mendapat tujuan yang diharapkan. Menurut Muasaroh, efektivitas suatu kegiatan dapat dilihat dari aspek-aspek antara lain:

³⁷ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

³⁸ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Asuh Orang Tua Dan Komunikasi Dalam Keluarga Upaya Membangun Citra Membentuk Pribadi Anak* (Jakarta: Rineka Cipta, 2018).

- 1) Aspek tugas atau fungsi merujuk pada kemampuan individu atau organisasi untuk dianggap efektif ketika mampu menjalankan tugas dan fungsi dengan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, setiap anggota individu dalam suatu organisasi perlu memahami tugas dan fungsinya agar dapat melaksanakannya secara efisien.
- 2) Aspek perencanaan atau program menjadi penilaian efektivitas suatu kegiatan ketika memiliki rencana yang jelas untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Tanpa adanya perencanaan atau program, mencapai tujuan menjadi tidak mungkin.
- 3) Aspek ketentuan dan peraturan menjadi kriteria untuk menilai keberjalan efektif suatu kegiatan. Aspek ini mencakup penerapan aturan, baik yang berkaitan dengan organisasi maupun individu. Jika aturan ini diterapkan dengan baik, hal tersebut menandakan bahwa ketentuan atau peraturan telah diterapkan secara efektif.
- 4) Aspek tujuan atau kondisi ideal mencerminkan efektivitas suatu kegiatan berdasarkan pencapaian tujuan atau kondisi ideal program tersebut. Penilaian aspek ini dapat dibuat berdasarkan prestasi yang berhasil dicapai oleh organisasi atau individu.³⁹

c. Pendekatan untuk Mencapai Efektivitas

Dalam praktiknya, terdapat tiga pendekatan dasar yang dapat diterapkan untuk mencapai efektivitas. Sesuai dengan definisi efektivitas yang telah dijelaskan, pendekatan efektivitas merupakan hasil dari kombinasi

³⁹ Muasaroh, *Aspek-Aspek Efektivitas Studi Tentang Pelaksanaan Program PNPM-MP* (Malang: Universitas Brawijaya, 2010).

usaha dan pencapaian tujuan. Menurut Martani dan Lubis, pengukuran efektivitas suatu organisasi ada tiga pendekatan yang digunakan yaitu:

- 1) Pendekatan proses adalah pendekatan saat seseorang berorientasi pada pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi untuk mencapai tujuan. Fokusnya terletak pada efisiensi internal dan kesehatan organisasi itu sendiri.
- 2) Pendekatan objektif adalah pendekatan yang fokus pada mengidentifikasi tujuan organisasi dan mengukur tingkat efisiensinya, dengan tujuan menilai sejauh mana organisasi berhasil mencapai tujuan tersebut.
- 3) Pendekatan pasokan adalah pendekatan ini menilai kesuksesan organisasi berdasarkan sumber daya yang dimilikinya. Untuk tetap bertahan dan beroperasi dengan efektif, organisasi perlu memiliki sumber daya yang memadai.⁴⁰

2. Strategi Komunikasi

a. Strategi

1) Pengertian Strategi

Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan, yang terdiri dari serangkaian aktivitas krusial yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁴¹ Menurut David strategi adalah suatu rencana yang holistik dan terintegrasi yang mengaitkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan. Rencana ini dirancang untuk

⁴⁰ Martani and Lubis, *Kebijakan Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007).

⁴¹ George Steiner, *Strategic Planning* (Free Press, 1979).

memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat tercapai melalui implementasi yang tepat oleh organisasi.⁴²

2) Fungsi Strategi

Fungsi dasar dari strategi adalah upaya untuk memastikan implementasi strategi yang telah dirancang berjalan dengan efektif. Ada enam fungsi yang perlu dilakukan secara bersamaan, yaitu:

- a) Mengomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin disampaikan kepada orang lain. Strategi diformulasikan sebagai tujuan yang diinginkan dan berfungsi sebagai cara untuk mengomunikasikan apa yang akan dilakukan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaannya, untuk siapa, dan mengapa hasil kinerjanya bernilai. Untuk mengevaluasi, mengembangkan, dan menilai opsi strategi, perlu mempertimbangkan kesejajaran atau kesesuaian antara kapabilitas organisasi dan faktor lingkungan, yang kemudian akan digunakan.
- b) Mengaitkan atau menghubungkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang yang ada dalam lingkungannya.
- c) Memanfaatkan atau eksploiting pencapaian dan kesuksesan yang diperoleh saat ini, sambil secara bersamaan menyelidiki kemungkinan peluang baru.
- d) Menghasilkan dan memperoleh lebih banyak sumber daya daripada yang digunakan saat ini, terutama dalam hal dana dan sumber daya lain yang diolah atau digunakan. Penting untuk menghasilkan sumber daya

⁴² David, *Manajemen Strateegi Konsep* (Jakarta: Selemba Empat, 2004).

nyata, termasuk pendapatan, reputasi, komitmen karyawan, identitas merek, dan berbagai sumber daya tak berwujud lainnya.

- e) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke arah yang lebih maju. Strategi harus merencanakan keputusan yang sesuai dan kritis untuk mencapai maksud dan tujuan organisasi.
- f) Merespons dan bertindak terhadap situasi baru yang muncul secara terus-menerus. Proses berlangsung secara terus-menerus untuk menemukan maksud dan tujuan, menghasilkan serta menggunakan sumber daya, serta mengarahkan kegiatan pendukungnya.⁴³

b. Komunikasi

1) Pengertian Komunikasi

Everret M. Rogers, sosiolog Amerika tertarik pada studi komunikasi, khususnya dalam difusi inovasi, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses sebuah ide ditransfer dari satu sumber ke penerima, bertujuan mengubah perilaku mereka. Ungkapan ini kemudian disempurnakan oleh Rogers bekerja sama dengan Laurence D. Kincaid yang memunculkan suatu definisi baru, yaitu komunikasi adalah suatu proses ketika dua orang atau lebih saling bertukar informasi yang di dalamnya akan terjadi pengertian.⁴⁴ Maksud dari pengertian ini adalah saat dua orang atau lebih melakukan percakapan yang mana akan mengutarakan pendapat, pemikiran dan informasi satu sama lain yang setelah itu akan ada pemahaman yang terjadi di antara mereka seperti adanya efek saling merespon terhadap apa yang sedang dibicarakan.

⁴³ Sofjan Assauri, *Strategic Manajemen: Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

⁴⁴ Prof. Dr. H. Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2021).

Pada dasarnya komunikasi adalah pertukaran gagasan tentang informasi yang dapat diutarakan dengan berbagai cara, yaitu: secara lisan, tulisan, atau melalui tanda dan pemahaman. Komunikasi bergerak dengan memberikan informasi, menunjukkan bujukan, menumbuhkan tekad untuk bisa berhasil mengalihkan sikap setiap individu.⁴⁵ Manusia tidak bisa hidup tanpa adanya interaksi satu sama lain untuk saling bertukar pikiran dan perasaan. Kebutuhan dalam mempertahankan keberlangsungan hidupnya tersebut memberikan dampak pada cara mereka berkomunikasi..

2) Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi atau sering juga disebut elemen atau komponen komunikasi merupakan hal-hal mendasar yang harus ada di dalam proses komunikasi. Unsur-unsur komunikasi sangat penting dalam menciptakan proses komunikasi yang baik. Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

- a. Sumber adalah individu yang mengirim atau menyampaikan pesan kepada penerima, sering kali disebut sebagai komunikator.
- b. Pesan adalah pengirim menyampaikan pernyataan kepada penerima, yang dapat berupa komunikasi verbal (melalui bahasa tertulis atau lisan) atau nonverbal (melalui isyarat), yang dapat dipahami oleh penerima.
- c. Media adalah perangkat yang digunakan untuk mentransfer pesan dari sumber ke penerima, di sini disebut sebagai media. Media dalam

⁴⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014).

konteks ini mencakup media massa seperti surat kabar, radio, film, televisi, internet, dan sebagainya.

- d. Penerima adalah pihak yang menjadi target pesan yang dikirim dari sumber ke penerima, biasanya disebut sebagai komunikan.
- e. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara pemikiran, perasaan, dan tindakan penerima sebelum dan setelah menerima pesan.
- f. Umpan balik adalah respon yang ditunjukkan oleh penerima sebagai hasil dari menerima pesan dari sumber. Beberapa orang juga berpendapat bahwa umpan balik sebenarnya mencakup efek atau pengaruh.
- g. Lingkungan adalah keadaan yang mempengaruhi proses komunikasi. Lingkungan dapat mencakup aspek fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi mungkin tidak dapat disampaikan karena terhambat oleh hambatan fisik, sehingga informasi tersebut tidak dapat diterima.⁴⁶

c. Strategi Komunikasi

Alo Liliweri dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah:

- 1) Strategi berarti menyajikan, menjelaskan, dan mengarahkan visi dan tujuan komunikasi dengan jelas dalam formula yang terdefinisi dengan baik.
- 2) Strategi dapat mewujudkan komunikasi yang koheren, komunikasi berdasarkan pilihan (*decision*) diantara beberapa pilihan komunikasi.

⁴⁶ Hafied Changara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

3) Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menggambarkan langkah-langkah spesifik dari serangkaian kegiatan komunikasi berdasarkan teknik mencapai tujuan.⁴⁷

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menyebutkan bahwa strategi komunikasi adalah pedoman dalam perencanaan media dan manajemen komunikasi dalam menggapai sasaran yang tepat. Untuk mencapai apa yang dituju, strategi komunikasi harus dapat mendikte bagaimana operasi taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatannya dapat berbeda dari waktu ke waktu tergantung pada situasi dan kondisi.⁴⁸

Pada dasarnya, strategi komunikasi menjadi petunjuk dalam menentukan pergerakan perusahaan ke depannya. Biasanya akan berisi berbagai pemikiran, gagasan atau ide. Pengerucutan dalam pemilihan pendapat yang beragam dari setiap individu akan ditetapkan dan kemudian diterapkan dalam setiap kegiatan komunikasi. Hal tersebut berdampak pada keberhasilan perusahaan berupa tercapainya tujuan dan memberikan efek yang signifikan terhadap sasaran utama perusahaan yang akan selalu memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan itu sendiri.

Dalam implementasi strategi komunikasi dapat diterapkan dengan unsur 7C. Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif membutuhkan efisiensi dari semua pihak dengan prinsip utama melalui unsur 7C pada proses komunikasi, antara lain: *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity* (kejelasan),

⁴⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).

⁴⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni, 1981).

continuity and consistency (kontinuitas dan konsistensi), *channel* (saluran), *capability of audience* (kapabilitas atau kemampuan audien). Prinsip-prinsip tersebut diterapkan karena dapat memudahkan organisasi atau individu dalam menyampaikan kebutuhan, keinginan, ekspektasi, hingga pendapat dengan jelas ke masyarakat secara terukur.

- a. *Credibility* (kredibilitas) adalah nilai kepercayaan khalayak atau publik terhadap komunikator. Komunikasi dimulai dengan iklim saling percaya, iklim ini dibangun melalui kinerja di pihak institusi, yang merefleksikan keinginan untuk melayani stakeholder dan publik.
- b. *Context* (konteks) program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan. Media massa hanyalah suplemen untuk ucapan dan tindakan dalam sehari-hari, konteks harus menginformasikan bukan menentang. Komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung yang sebagian besar dipengaruhi media massa.
- c. *Content* (isi) pesan harus mengandung makna bagi penerimanya dan harus sesuai dengan sistem nilai penerima. Pesan harus relevan dengan situasi penerima. Pada umumnya orang memilih item informasi yang menjanjikan manfaat yang besar bagi mereka.
- d. *Clarity* (kejelasan) pesan harus diberikan dalam istilah sederhana kata harus bermakna sama menurut si pengirim dan penerima, isu yang kompleks harus dipadatkan ke dalam tema, slogan, atau stereotip yang mengandung kesadaran dan kejelasan.
- e. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi) dalam pesan merupakan faktor ada tidaknya pertentangan ataupun perbedaan dalam

bagian-bagian pesan, ataukah terdapat suatu pengulangan dengan variasi didalamnya. Beritanya harus konsisten.

f. *Channel* (saluran) adalah saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan, saluran komunikasi sebaiknya saluran yang dihormati dan dipakai oleh si penerima, sangat dibutuhkan pemilihan saluran yang sesuai dengan publik sasaran.

g. *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audien) komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan audien. Komunikasi akan efektif apabila tidak banyak membebani penerima untuk memahaminya.⁴⁹

3. Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri

Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri sebagai instansi yang bernaung di bawah Pemerintah Kabupaten Kediri bertanggung jawab atas pelaksanaan urusan pemerintah daerah di bidang perhubungan. Tugas yang dijalankan Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri dalam meningkatkan pelayanan transportasi daerah didukung oleh SDM aparatur yang memadai khususnya untuk masing-masing bidang secara lini dan sekretariat secara staff. Pelayanan yang diberikan dinas perhubungan berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat Kabupaten Kediri yang diselenggarakan dengan profesional untuk mewujudkan sumberdaya yang optimal.

Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri juga menyelenggarakan urusan terkait dengan pelayanan pengujian kendaraan bermotor yang terus bersinergi dan berupaya meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Penyelenggaraan

⁴⁹ Scoot M. Cutlip, Allen H. Center, and Glen M. Broom, *Effective Public Relation* (Jakarta: Prenadamedia, 2009).

tersebut dilakukan untuk mengembangkan manajemen lalu lintas dan jaringan transportasi darat. Oleh karena itu, dalam rangka memotivasi dan meningkatkan kinerja, Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri memiliki slogan “Guyub Rukun Semangat” yang diharapkan semua lini yang ada bisa bersinergi bersatu padu melaksanakan tugas pokok dan fungsi sehingga dapat mewujudkan tujuan dibentuknya dinas perhubungan.⁵⁰

Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri terdiri dari kepala dinas sebagai pimpinan dari instansi dan segala yang ada di dalamnya, sekretariat yang bertugas membantu kepala dinas menyusun kebijakan, mengendalikan administrasi umum, keuangan dan kerumah tanggaan. Kepala dinas dan sekretariat dibantu oleh beberapa sub bidang dalam menjalankan tugas dan kewajiban. Bidang lalu lintas yang bertugas merekomendasikan kegiatan di bidang lalu lintas jalan, bidang angkutan yang bertugas melaksanakan perencanaan, pengendalian, pengawasan kegiatan angkutan orang dan terminal serta barang dan khusus, dan bidang pengembangan yang bertugas melaksanakan perumusan kebijakan, teknis, penelitian dan pengembangan di lingkungan dinas perhubungan.

Selain sub bidang yang disebutkan di atas, juga terdapat pengujian kendaraan bermotor yang dibentuk berdasarkan Peraturan Bupati No. 4 Tahun 2018 tentang pembentukan unit pelaksana teknis daerah pengujian kendaraan bermotor pada Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri. Bidang tersebut memiliki tugas dalam melaksanakan kebijakan teknis operasional dan atau kegiatan teknis penunjang pengujian kendaraan bermotor pada dinas perhubungan dan

⁵⁰ ‘Sejarah Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri’.

mengelola unit pelaksana teknis daerah pengujian kendaraan bermotor. Kepala bidang ini dibantu oleh ASN (Aparatur Sipil Negara) yang berasal dari jabatan fungsional penguji.⁵¹

4. Kesadaran

Menurut Matlin, kesadaran adalah kemampuan untuk mengerti berbagai hal yang ada di lingkungan, baik hal abstrak maupun konkret yang dilakukan secara otomatis atau *preattentive processing*.⁵² Kesadaran identik dengan pikiran terhadap lingkungan sekitar. Kesadaran dapat disimpulkan sebagai kesiagaan atau kesiapan individu dalam membentuk suatu interaksi pada lingkungan yang diikuti dan terikat oleh rasa identitas bersama.⁵³

Menurut Soejono Soekanto, kesadaran akan terwujud apabila indikator pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan perilaku hukum patuh terhadap hukum. Secara teori, keempat indikator inilah dijadikan peneliti sebagai tolak ukur dari kesadaran pengendara dipengaruhi oleh indikator-indikator di atas terhadap peraturan pemerintah mengenai uji KIR yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan. Berikut uraian masing-masing indikatornya :

a. Pengetahuan

Pengetahuan hukum adalah pengetahuan seseorang mengenai beberapa perilaku tertentu yang diatur oleh hukum. Pengetahuan tersebut terkait perilaku yang dilarang ataupun perilaku yang diperbolehkan dalam suatu hukum. Dapat dilihat dalam masyarakat Kabupaten Kediri bahwa

⁵¹ 'Struktur Organisasi - Dishub Kab Kediri'.

⁵² Margaret W. Matlin, *Kognitif*, ed. by Harakindo Publishing (Bandar Lampung, 2018).

⁵³ Muhammad Arifin and others, 'Tingkat Kesadaran Masyarakat Terhadap Penerapan Sistem E-Tilang Kota Surabaya', *Student Journal of Public Management*, 2020, 1–15.

pada umumnya seseorang mengetahui mencuri, membunuh, dan seterusnya dilarang oleh hukum. Pengetahuan hukum memiliki keterkaitan yang erat dengan asumsi bahwa suatu peraturan yang diundangkan sudah pasti masyarakat mengetahui isi peraturan tersebut. Hal ini berkaitan pada pengetahuan pengendara terkait peraturan pemerintah mengenai uji KIR yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri.

b. Pemahaman

Pemahaman hukum adalah pemahaman pengendara tentang peraturan tertentu dalam segi isi dan tujuannya. Pengetahuan hukum dan pemahaman hukum secara teoretis bukan dua indikator yang saling bergantung. Hal itu berarti bahwa seseorang dapat berperilaku tersebut, akan tetapi mungkin dia tidak menyadari apakah perilaku tersebut sesuai atau tidak dengan norma hukum tertentu. Di sisi lain, terdapat orang yang sadar bahwa suatu kaidah hukum mengatur perilaku tertentu. Akan tetapi, dia tidak mengetahui mengenai isi hukum tersebut atau hanya mempunyai pengetahuan sedikit tentang isinya. Pemahaman hukum pada peraturan pemerintah mengenai uji KIR yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan berkaitan dengan sejauh mana masyarakat mengetahui apa saja sanksi-sanksi yang diberikan saat terjadi pelanggaran pemberlakuan uji KIR.

c. Sikap

Sikap hukum adalah seseorang mempunyai kecenderungan untuk mengadakan penilaian tertentu terhadap hukum. Sebagaimana terlihat di sini bahwa kesadaran hukum berkaitan dengan nilai-nilai yang terdapat dalam diri manusia. Suatu sikap hukum akan melibatkan pilihan warga terhadap

hukum yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya sehingga akhirnya warga menerima hukum berdasarkan penghargaan terhadapnya. Sikap hukum berkaitan dengan bagaimana pengendara menanggapi peraturan pemerintah mengenai uji KIR yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan dimana masyarakat akan menanggapi kebijakan tersebut dengan menaati kebijakan tersebut atau malah melanggar peraturan tersebut.

d. Perilaku

Perilaku hukum adalah ketika seseorang berperilaku sesuai dengan hukum. Indikator perilaku hukum ini merupakan petunjuk akan adanya tingkat kesadaran yang tertinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya tingkat kesadaran hukum akan dapat dilihat dari derajat ketaatan hukum yang terwujud dalam pola perilaku manusia yang nyata. Kalau hukum ditaati, hal itu merupakan suatu petunjuk penting bahwa hukum tersebut efektif. Hal ini mengenai kepatuhan melaksanakan uji KIR secara rutin bagi pengendara. Pengendara sebagai terdampak kebijakan melalui adanya uji KIR diharapkan pelanggaran yang terjadi pada kepatuhan pemberlakuan uji KIR dapat berkurang serta memberikan efek jera kepada pengendara melanggar peraturan yang telah ditetapkan.⁵⁴

5. Pengendara

Menurut Kansil dan Christine, seseorang yang mengemudikan kendaraan, baik itu kendaraan bermotor maupun kendaraan tidak bermotor seperti bendi atau dokar, dikenal sebagai pengendara. Untuk pengendara kendaraan bermotor, istilah seperti sopir digunakan, sementara pengendara

⁵⁴ Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2002).

becak dikenal sebagai tukang becak. Pengendara sepeda motor juga disebut sebagai pengendara. Saat mengemudikan kendaraan, seseorang diharuskan mengikuti aturan lalu lintas, dan mereka yang telah lulus ujian teori dan praktik mengemudi akan diberikan Surat Izin Mengemudi (SIM).⁵⁵

6. Uji Kendaraan Bermotor (Uji KIR)

Pengujian kendaraan atau pengujian KIR adalah rangkaian kegiatan pengujian dan pemeriksaan bagian-bagian kendaraan bermotor, kendaraan angkutan umum, trailer, dan mobil penumpang, serta kendaraan khusus untuk memenuhi persyaratan teknis dan kemampuan mengemudi. Uji KIR wajib dilaksanakan oleh pengendara yang wajib uji secara berkala setiap 6 bulan sekali. Kewajiban pengendara tersebut untuk menjamin keselamatan pengendara dan menjaga lingkungan.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2012 tentang kendaraan, yang mencakup di dalamnya pemeriksaan kendaraan bermotor di jalan. Pemeriksaan tersebut termasuk ke dalam pengujian yang sangat penting dilakukan untuk memberikan berbagai manfaat bagi pengendara. Terdapat beberapa manfaat dari pelaksanaan uji kendaraan bermotor sebagai berikut:

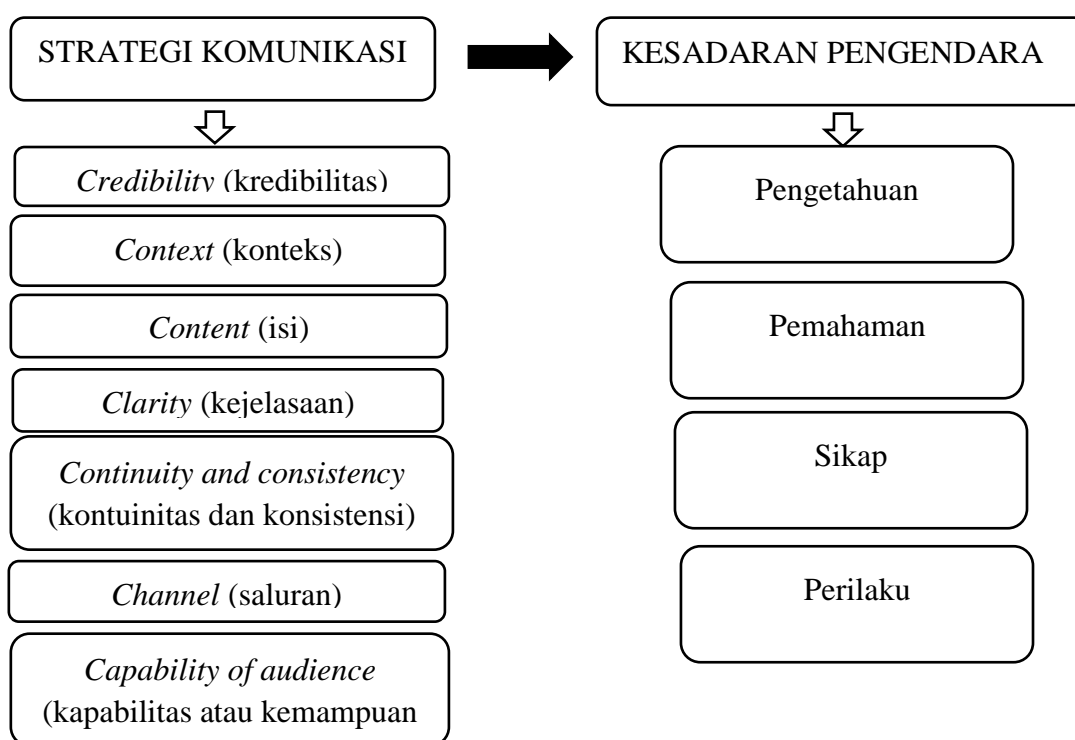
- a. Mencegah atau memperkecil kemungkinan terjadinya kendaraan lalu lintas, kebakaran, pencemaran lingkungan dan kerusakan-kerusakan berat pada waktu pemakaian.

⁵⁵ Christine S.T.Kansil, *Disiplin Berlalu Lintas Di Jalan Raya*, ed. by Rineka Cipta (Jakarta, 1995).

- b. Memberikan informasi kepada masyarakat pengusaha tentang daya angkut yang diizinkan, muatan sumbu terberat serta kelas jalan terendah yang dapat dilalui sehingga diharapkan dapat mencegah kerusakan jalan di jembatan.
- c. Memberi saran-saran perbaikan kepada pengusaha/pemilik kendaraan bermotor.
- d. Menginformasikan kelemahan-kelemahan terhadap produksi tertentu untuk langkah penyempurnaan khususnya bagi produsen atau agen tunggal pemegang merek.
- e. Menyajikan data kuantitatif tentang potensi angkutan, baik angkutan penumpang maupun angkutan barang dalam hubungan dengan pembinaan angkutan secara umum.⁵⁶

B. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Cutlip, Centre, dan Broom⁵⁷ dan Soejono Soekanto⁵⁸

⁵⁶ 'Peraturan Pemerintah Republik /Indonesia No 55 Tahun 2012 Tentang Kendaraan'.

C. Hipotesis Penelitian

Teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antarvariabel. Hubungan antarvariabel disebut hipotesis. Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁵⁹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha : Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri efektif dalam meningkatkan kesadaran pengendara melakukan uji KIR

Ho : Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Kabupaten Kediri tidak efektif dalam meningkatkan kesadaran pengendara melakukan uji KIR

⁵⁷ Cutlip, Center, and Broom, *Effective Public Relation* (Jakarta: Kencana, 2009).

⁵⁸ Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002).

⁵⁹ Bambang Prasetyo and Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008).