

**COMMUNICATION PATTERNS OF TRAFFIC SAFETY CAMPAIGN
CONTENT ON INSTAGRAM AND ITS INFLUENCE ON RIDERS'
SAFETY RIDING UNDERSTANDING BY THE BANDUNG
METROPOLITAN POLICE AT SMPN 2 BANDUNG CITY**

Hani Amelia Setiawan¹

ABSTRACT

Traffic safety is an important issue in modern society that requires serious attention, including in Indonesia, which has a high level of mobility. To increase awareness of traffic safety, effective communication strategies are needed, one of which is through social media campaigns. This study aims to analyze the communication patterns of traffic safety campaign content on Instagram conducted by the Bandung Metropolitan Police (Polrestabes Bandung) in shaping students' understanding of safety riding at SMPN 2 Kota Bandung.

This research employs a qualitative approach with an interpretative paradigm and uses Ferdinand de Saussure's semiotic theory as the analytical framework, emphasizing the relationship between the signifier and the signified. The findings show that the traffic safety campaign content contains visual and verbal signifiers such as police officers, classroom settings, socialization activities and Safety Reading, as well as educational texts. These signifiers generate signified meanings related to safety, discipline, responsibility, and social awareness. Students understand safety riding as an important value, although their understanding remains largely at the level of knowledge and awareness.

The study also reveals that the campaign communication pattern is gradual, consisting of one-way, two-way, and participatory communication. This pattern has a positive influence on students' understanding of safety riding, but still requires reinforcement to encourage consistent behavioral change in riding practices.

Keywords: *communication pattern, traffic safety campaign, Instagram, safety riding, Ferdinand de Saussure's semiotics.*

**POLA KOMUNIKASI KONTEN KAMPANYE KESELAMATAN LALU
LINTAS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TENTANG
PEMAHAMAN SAFETY RIDING PENGENDARA OLEH
POLRESTABES BANDUNG DI
SMPN 2 KOTA BANDUNG**

Hani Amelia Setiawan¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Internet sebagai jaringan informasi terbesar di dunia menjadi salah satu media utama untuk mempromosikan produk dan layanan, salah satunya melalui website. Indo Medika International, sebagai penyedia jasa di bidang K3, memanfaatkan website untuk meningkatkan jangkauan pasar dan memberikan pelayanan informasi yang lebih efektif kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan website Indo Medika International terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Indo Medika International. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan website berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 56,2%. Responden menilai website mampu menyediakan informasi yang dapat dipercaya, meskipun beberapa responden merasa informasi yang disediakan kurang tepat waktu. Kepuasan pelanggan juga dinilai cukup baik, dengan indikator utama berupa loyalitas pelanggan, meskipun tidak semua pelanggan berkomitmen untuk melakukan pembelian di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengelolaan website, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan pentingnya perbaikan dan pengembangan website sebagai strategi utama dalam mendukung pemasaran dan pelayanan Indo Medika International di era digital.

Kata Kunci: *pengelolaan website, kepuasan pelanggan, pemasaran digital, Indo Medika International*

***POLA KOMUNIKASI EUSI KAMPANYE KASALAMETAN LALU
LINTAS NGALIWATAN MÉDIA SOSIAL INSTAGRAM NGEUNAAN
PAMAHAMAN SAFETY RIDING KU POLRESTABES BANDUNG DI
SMPN 2 KOTA BANDUNG***

Hani Amelia Setiawan¹

RINGKESAN

Kasalametan lalu lintas mangrupa hiji isu penting dina kahirupan masarakat modéren anu merlukeun perhatian serius, kaasup di Indonesia anu miboga tingkat mobilitas anu luhur. Pikeun ningkatkeun kasadaran masarakat kana pentingna kasalametan berlalu lintas, diperlukeun stratégi komunikasi anu éféktif, salasahijina ngaliwatan kampanye dina média sosial. Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis pola komunikasi eusi kampanye kasalametan lalu lintas ngaliwatan média sosial Instagram anu dilaksanakeun ku Polrestabes Bandung dina ngabentuk pamahaman safety riding ka siswa SMPN 2 Kota Bandung.

Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif kalayan paradigma interprétatif sarta téori semiotika Ferdinand de Saussure minangka landasan analisis, anu nekenkeun hubungan antara penanda (signifier) jeung petanda (signified). Hasil panalungtikan nunjukkeun yén eusi kampanye kasalametan lalu lintas ngandung penanda visual jeung verbal saperti aparat kapolisian, rohangan kelas, kagiatan sosialisasi jeung Safety Reading, sarta téks anu sipatna edukatif. Penanda kasebut ngawangun petanda anu ngagambarkeun makna kasalametan, disiplin, tanggung jawab, jeung kapedulian sosial. Siswa ngartos safety riding minangka hiji nilai anu penting, sanajan pamahamanana masih dominan dina tingkat pangaweruh jeung kasadaran.

Panalungtikan ieu ogé manggihan yén pola komunikasi kampanye lumangsung sacara bertahap, ngawengku komunikasi hiji arah, dua arah, nepi ka partisipatif. Pola ieu miboga pangaruh anu positip kana pamahaman safety riding siswa, tapi masih merlukeun penguatan sangkan bisa ngahasilkeun parobahan paripolah berkendara anu leuwih konsisten.

Kecap konci: *pola komunikasi, kampanye kasalametan lalu lintas, Instagram, safety riding, semiotika Ferdinand de Saussure.*

A. KONTEKS PENELITIAN

Keselamatan lalu lintas merupakan isu penting dalam masyarakat modern karena tingginya risiko kecelakaan yang mengancam keselamatan jiwa dan menimbulkan kerugian sosial-ekonomi. Secara global, kecelakaan lalu lintas masih

menjadi salah satu penyebab utama kematian, dan Indonesia sebagai negara dengan tingkat mobilitas tinggi menghadapi permasalahan serupa. Data Korlantas Polri menunjukkan bahwa angka kecelakaan lalu lintas di Indonesia masih tergolong tinggi, dengan rata-rata sekitar

100.000 kasus per tahun, di mana mayoritas korban merupakan pengendara sepeda motor usia remaja dan produktif (Korlantas Polri, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap prinsip *safety riding* di kalangan generasi muda masih perlu ditingkatkan.

Kota Bandung sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia menghadapi tantangan serius dalam keselamatan lalu lintas. Tingginya mobilitas masyarakat didukung oleh dominasi penggunaan sepeda motor sebagai moda transportasi utama. Data Electronic Registration and Identification (ERI) menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor di Kota Bandung mencapai sekitar 2,36 juta unit pada September 2024, dengan sepeda motor sebagai jenis kendaraan paling dominan (Databoks Katadata, 2024). Seiring dengan peningkatan jumlah sepeda motor, angka kecelakaan lalu lintas juga menunjukkan tren peningkatan. Sepanjang tahun 2024 tercatat sekitar 674 kasus kecelakaan lalu lintas di Kota Bandung dengan 108 korban meninggal dunia, yang sebagian besar melibatkan pengendara sepeda motor (Bhayangkara Global News, 2024).

Fenomena penggunaan sepeda motor di kalangan remaja, khususnya siswa sekolah menengah pertama, menjadi perhatian khusus. Meskipun sebagian besar siswa SMP belum memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM), praktik penggunaan sepeda motor masih banyak ditemukan di

wilayah perkotaan, termasuk di Bandung (Rahmawati & Nugraha, 2022). Kelompok usia remaja awal ini tergolong rentan dalam perilaku berlalu lintas, sehingga edukasi *safety riding* sejak dini menjadi sangat penting untuk membangun kesadaran sebelum mereka menjadi pengendara aktif.

Dalam merespons permasalahan tersebut, Polrestaes Bandung mengimplementasikan berbagai strategi komunikasi publik, salah satunya melalui kampanye keselamatan lalu lintas di media sosial Instagram. Pemilihan Instagram didasarkan pada tingginya penetrasi media sosial di Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 191 juta pada tahun 2022 (Mahdi, 2022), serta tingginya penggunaan Instagram di kalangan remaja, yang mencapai 89% (We Are Social & Kepios, 2023). Karakter visual Instagram memungkinkan penyampaian pesan edukatif secara menarik melalui infografis, video pendek, dan poster kampanye.

Namun demikian, efektivitas kampanye digital tidak hanya ditentukan oleh media yang digunakan, tetapi juga oleh pola komunikasi dan makna pesan yang diterima audiens. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure untuk menganalisis hubungan antara *signifiant* (penanda) dan *signifié* (petanda) dalam konten kampanye keselamatan lalu lintas Polrestaes Bandung. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai

bagaimana sistem tanda dalam kampanye digital membentuk makna *safety riding* di benak audiens muda.

Penelitian ini difokuskan pada siswa SMPN 2 Kota Bandung sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa siswa SMP merupakan kelompok usia remaja awal yang rentan dalam perilaku lalu lintas dan aktif menggunakan media sosial Instagram. Selain itu, SMPN 2 Kota Bandung terletak di kawasan dengan tingkat kepadatan lalu lintas tinggi dan memiliki keterlibatan aktif dalam program kolaborasi pendidikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi kampanye berbasis semiotika serta manfaat praktis bagi pengembangan strategi komunikasi keselamatan lalu lintas di kalangan pelajar.

B. KAJIAN TEORI

1. Instagram sebagai Media Komunikasi Digital

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menyebarkan foto maupun video secara cepat melalui jaringan internet. Istilah Instagram berasal dari kata "*instan*" yang merujuk pada kecepatan, dan "*telegram*" yang bermakna pengiriman pesan secara singkat dan efisien (Kusumaningtyas & Vanel, 2019). Dalam perkembangannya, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto, tetapi juga sebagai sarana komunikasi

digital yang interaktif, partisipatif, dan berorientasi visual.

Karakter visual Instagram menjadikannya efektif sebagai media penyampaian pesan edukatif dan kampanye publik, terutama di kalangan remaja yang merupakan pengguna dominan platform ini. Fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, *caption*, *hashtag*, *like*, dan *comment* memungkinkan terjadinya komunikasi satu arah maupun dua arah antara komunikator dan audiens (Syahreza & Tanjung, 2018). Oleh karena itu, Instagram banyak dimanfaatkan oleh institusi publik, termasuk kepolisian, sebagai media kampanye keselamatan lalu lintas.

2. Semiotika sebagai Pendekatan Analisis

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda dan makna yang dihasilkan dalam proses komunikasi. Menurut Sobur (2006), semiotika mengkaji bagaimana tanda dibentuk, digunakan, dan dimaknai dalam konteks sosial dan budaya. Dalam kajian media, semiotika digunakan untuk memahami bagaimana pesan disusun melalui simbol visual dan verbal serta bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut.

3. Teori Semiotika Ferdinand de Saussure

Pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure memandang tanda (*sign*) sebagai kesatuan antara dua unsur utama, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda merupakan bentuk fisik tanda yang dapat diamati, seperti gambar, teks, warna, atau simbol

visual, sedangkan petanda adalah konsep atau makna yang muncul dalam benak individu ketika melihat tanda tersebut (Saussure, 1916/1993).

Hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, namun menjadi bermakna melalui konvensi sosial. Saussure menegaskan bahwa keduanya tidak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari satu lembar kertas. Dalam konteks kampanye keselamatan lalu lintas, elemen visual seperti aparat kepolisian, atribut seragam, ruang kelas, serta teks edukatif berfungsi sebagai penanda, sementara makna keselamatan, kedisiplinan, tanggung jawab, dan *safety riding* berperan sebagai petanda.

Pendekatan semiotika Saussure relevan digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana sistem tanda dalam konten Instagram Polrestabes Bandung membentuk makna keselamatan berlalu lintas dan bagaimana makna tersebut dipahami oleh siswa sebagai audiens kampanye.

as.

C. METODE PENELITIAN

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai makna yang dibangun melalui konten kampanye keselamatan lalu lintas di Instagram serta bagaimana makna tersebut dipahami oleh siswa sebagai

audiens. Paradigma interpretif memungkinkan peneliti menafsirkan realitas sosial sebagai sesuatu yang dibentuk melalui pengalaman, simbol, bahasa, dan interaksi.

Landasan analisis dalam penelitian ini adalah teori semiotika Ferdinand de Saussure, yang memandang tanda (*sign*) sebagai relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Melalui kerangka ini, penelitian menafsirkan bagaimana elemen visual dan verbal pada konten Instagram Polrestabes Bandung membentuk pesan kampanye keselamatan lalu lintas, sekaligus mengungkap pola komunikasi yang terbentuk dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian: Subjek penelitian adalah siswa SMPN 2 Kota Bandung sebagai sasaran kampanye keselamatan lalu lintas. Siswa dipilih karena termasuk kelompok usia remaja awal yang sedang berada pada tahap pembentukan pemahaman, sikap, dan perilaku, sehingga relevan untuk mengkaji bagaimana pesan kampanye *safety riding* dimaknai.

b. Objek Penelitian: Objek penelitian adalah pola komunikasi konten kampanye keselamatan lalu lintas melalui akun Instagram @kamselrestabesbdg dan pemaknaan siswa terhadap kampanye tersebut. Fokus objek meliputi:

- a) Konten visual dan verbal

kampanye keselamatan lalu lintas di Instagram Polrestabes Bandung.

b) Unsur tanda (penanda) dan makna (petanda) berdasarkan teori Saussure.

c) Respons pemahaman siswa terhadap pesan keselamatan, terutama terkait konsep *safety riding*.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa materi visual dan teks dari konten kampanye keselamatan lalu lintas pada akun Instagram @kamselrestabesbdg. Dokumen berupa tangkapan layar (*screenshot*) atau rekaman singkat (*screen recording*) pada unggahan yang relevan (gambar/video dan caption). Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema pesan, bentuk penanda, dan potensi makna yang ditimbulkan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai interpretasi audiens. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar pertanyaan dapat berkembang sesuai konteks lapangan. Informan meliputi:

- 1) Tim/pengelola konten media sosial Polrestabes Bandung (pembuat pesan).
- 2) Siswa SMPN 2 Kota Bandung (audiens/penerima pesan).

c. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tahapan:

- 1) Reduksi data: memilih konten Instagram yang relevan dengan kampanye keselamatan lalu lintas.
- 2) Penyajian data: mengelompokkan data dalam tabel penanda–petanda per unggahan.
- 3) Penarikan kesimpulan: merumuskan pola komunikasi kampanye dan efek pemaknaan terhadap siswa.

Secara khusus, analisis semiotika Saussure dilakukan dengan langkah: a) Mengidentifikasi penanda (*signifier*): visual, teks, simbol, caption, logo, setting, gestur. b) Menafsirkan petanda (*signified*): konsep keselamatan, disiplin, tanggung jawab, kepedulian sosial, dan nilai *safety riding*. c) Menghubungkan hasil pemaknaan dengan pola komunikasi yang terbentuk (satu arah–dua arah–partisipatif).

d. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan melalui uji kredibilitas, dengan strategi berikut:

- 1) Peningkatan ketekunan: pengamatan detail pada konten dan respons audiens.
- 2) Diskusi teman sejawat: menguji konsistensi interpretasi tanda untuk mengurangi bias.
- 3) Menggunakan referensi: menyertakan dokumentasi unggahan, data interaksi, dan literatur relevan.
- 4) Triangulasi: triangulasi sumber (siswa–guru–polisi), teknik (dokumentasi–

wawancara), dan waktu (pengamatan beberapa periode).

e. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di SMPN 2 Kota Bandung (Jl. Sumatera No. 42, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung). Waktu penelitian berlangsung September–November 2025, meliputi perencanaan, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan.

D. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Objek yang Diteliti

Penelitian dilaksanakan di SMPN 2 Kota Bandung, sekolah negeri terakreditasi A berdasarkan data Kemendikbudristek (2024). Sekolah memiliki visi misi pembelajaran aktif-kreatif dan penguatan karakter peserta didik, termasuk melalui kegiatan P5 dan kolaborasi eksternal. Karakteristik sekolah yang aktif, terdokumentasi baik, dan relevan dengan pembinaan siswa menjadikan SMPN 2 Bandung tepat sebagai lokasi penelitian kampanye keselamatan lalu lintas.

2. Analisis Konten Kampanye Keselamatan Lalu Lintas di Instagram

Penelitian menganalisis unggahan kampanye keselamatan lalu lintas di akun Instagram @kamselrestabesbdg terkait kegiatan sosialisasi dan *Safety Reading* di SMPN 2 Bandung. Analisis menggunakan semiotika Saussure, yaitu pemetaan penanda (unsur visual/verbal) dan petanda (makna yang dibangun).

Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



3. Analisis Penanda–Petanda

Berdasarkan Analisis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure, dapat disimpulkan bahwa konten kampanye keselamatan lalu lintas Polrestabes Bandung menampilkan penanda yang dominan berupa kehadiran aparat kepolisian berseragam sebagai simbol otoritas dan legitimasi, ruang kelas sebagai konteks edukasi formal, aktivitas *Safety Reading* dan dialog yang menegaskan unsur literasi serta partisipasi, penggunaan logo Polri/Sat Lantas dan teks *overlay*

sebagai penguat identitas institusi, serta caption edukatif yang berisi pesan moral tentang disiplin dan tanggung jawab. Rangkaian penanda tersebut secara konsisten memunculkan petanda berupa pemaknaan *safety riding* sebagai nilai keselamatan dan kepatuhan terhadap aturan, pembentukan kedisiplinan dan tanggung jawab sosial, kepedulian terhadap diri sendiri maupun orang lain, serta citra pendekatan humanis yang menempatkan polisi sebagai pendidik dan pembina, bukan figur represif.

E. PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa kampanye keselamatan lalu lintas dikonstruksi melalui sistem tanda yang menekankan edukasi dan literasi, bukan sekadar perintah. Kehadiran polisi di ruang kelas, aktivitas membaca bersama, serta format dokumentasi Instagram memperkuat makna bahwa keselamatan berlalu lintas adalah bagian dari pendidikan karakter dan budaya tertib sejak dini.

1. Pola Komunikasi yang Dihasilkan dari Hasil Analisis

Pola komunikasi kampanye bersifat bertahap dan berlapis, yaitu:

- Komunikasi satu arah (informatif): penyampaian materi dan pesan normatif kepada siswa melalui sosialisasi dan unggahan Instagram.
- Komunikasi dua arah (dialogis): adanya tanya jawab di kelas serta interaksi simbolik di Instagram (like, komentar, share).

- Komunikasi partisipatif: siswa dilibatkan aktif (membaca, tampil, berdialog), sehingga pemaknaan *safety riding* mulai terinternalisasi sebagai nilai.

2. Model Komunikasi Kampanye Keselamatan Lalu Lintas Polrestabes Bandung

Model komunikasi yang terbentuk adalah Model Komunikasi Edukatif-Partisipatif Berbasis Semiotika, dengan komponen:

- Komunikator: Polrestabes Bandung (Satlantas).
- Pesan: tanda visual-verbal (polisi, sekolah, teks edukatif, caption).
- Saluran: tatap muka di sekolah + Instagram sebagai penguatan pesan.
- Audiens: siswa SMPN 2 Bandung.
- Proses: satu arah → dua arah → partisipatif.
- Efek: kognitif (pengetahuan), afektif (sikap/kesadaran), konatif potensial (kecenderungan perubahan perilaku).

Gambar 4
Model Skematis (Naratif-Visual)



Sumber: Penulis 2026

F. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan:

- a. Konten kampanye keselamatan lalu lintas Polrestabes Bandung melalui Instagram memuat penanda visual dan verbal yang konsisten, seperti aparat kepolisian, ruang kelas, kegiatan *Safety Reading*, logo institusi, serta teks/caption edukatif sehingga mudah dikenali siswa.
- b. Penanda tersebut membentuk petanda berupa makna keselamatan, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial dalam berlalu lintas. Siswa memahami *safety riding* sebagai nilai penting, namun masih dominan pada tingkat pengetahuan dan kesadaran.
- c. Pola komunikasi kampanye bersifat bertahap: komunikasi satu arah, dua arah, hingga partisipatif, yang berpengaruh positif terhadap pemahaman *safety riding* siswa, namun masih memerlukan penguatan agar lebih konsisten mendorong perubahan perilaku.

2. Saran

a. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan mengombinasikan semiotika dengan teori efek media atau teori perilaku serta memperluas objek dan lokus penelitian agar temuan lebih kaya dan dapat digeneralisasi.

b. Saran Praktis

Polrestabes Bandung disarankan memperkuat konten kampanye yang lebih partisipatif dan terintegrasi dengan edukasi sekolah. Pihak sekolah perlu mendukung melalui pembelajaran dan pembinaan karakter, sementara penelitian berikutnya dapat menambahkan pengukuran kuantitatif untuk melihat dampak kampanye terhadap perubahan perilaku berkendara.

Daftar Pustaka

- Agustin, A. H., Auliya, A., & Prianti, D. M. (2022). Analisis semiotika Roland Barthes pada kualitas layanan iklan Tiket.com versi senyum pariwisata Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1).
<https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1020>
- Annur, C. M. (2023). Jumlah pengguna Instagram Indonesia terbanyak ke-4 di dunia. *Databoks Katadata*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Digital Korlantas. (2025). *Platform digital layanan Korlantas Polri*.
<https://www.digitalkorlantas.id/>
- Korlantas Polri. (2023). *Data kecelakaan lalu lintas Indonesia*. Mabes Polri.

- Saussure, F. de. (1916). *Course in general linguistics*. Columbia University Press.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, R., & Sari, D. (2022). Analisis semiotika kampanye keselamatan lalu lintas di media sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*, 9(1), 78–95.
- @kamselrestabesbdg. (2026, 24 Januari). *Safety Reading SMPN 2 Bandung* [Instagram Reel].
<https://www.instagram.com/reel/DT4O1x3Ejw8/>