



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Barang bawaan dan transportasi adalah sesuatu hal yang melekat pada keseharian yang mendukung aktifitas masyarakat. Oleh karena itu, peraturan barang bawaan di KRL menjadi menarik untuk diulik karena saat ini transportasi yang paling diminati adalah kereta api rel listrik, KRL, atau *commuter line*. KRL adalah transportasi umum moda penumpang dan bukan merupakan transportasi umum angkutan barang sehingga KRL tidak memiliki gerbong khusus bagasi, seperti kereta api jarak jauh, dan hanya memiliki rak bagasi pada setiap rangkaian gerbong. Dalam Tempo.co dengan artikel yang berjudul “Pengguna KRL Commuter Line tembus 200 juta” (2014) menyatakan bahwa, KCJ menambah 32 persen frekuensi perjalanan. Sebelumnya, pada 2013, jumlah perjalanan sebanyak 560 perhari ditingkatkan menjadi 739 perjalanan perhari pada 2014. Tercatat sebanyak 206.783.321 orang menggunakan jasa KA Commuter Jabodetabek ini selama 2014.

Oleh karena itu, perlu dilakukan tindakan untuk membatasi barang bawaan penumpang di KRL. Melalui peraturan barang bawaan yang dibuat oleh pihak KCJ, yaitu barang bawaan atau bagasi di KRL tidak boleh mengganggu dan membahayakan penumpang lain, serta tidak boleh dapat merusak sarana perkeretaapian sehingga harus dikemas dan ditempatkan sedemikian rupa. Perpenumpang hanya diperbolehkan membawa satu bagasi tangan yang dapat

dijinjing atau diletakkan dirak bagasi dengan ukuran maksimal 40x30x100 cm, dan berat maksimal 20 kg tanpa harus membayar tiket barang bawaan. Tetapi, barang bawaan yang melebihi ketentuan ukuran tidak diperbolehkan untuk dibawa kedalam KRL. Walaupun sepeda dilarang diangkut kedalam KRL, khusus sepeda lipat, kursi roda, peliharaan kecil dalam kandang, dan kereta bayi dapat diangkut kedalam KRL, (“Bawa Sepeda Lipat di KRL Gratis”, 2013).

Namun, masih banyak penumpang KRL yang tidak mengetahui dan tidak mematuhi peraturan barang bawaan di KRL yang telah ditetapkan oleh pihak KCJ. Karena penumpang merasa tidak pernah melihat informasi mengenai peraturan tersebut ditempel, dan tidak pernah mendengar informasi tersebut dari portokol suara, atau portir. Persoalan tersebut ditanggapi oleh Manager Komunikasi PT KAI Commuter Jabodetabek Eva Chairunisa dalam artikel yang berjudul “Aturan Tarif untuk Barang di KRL Membingungkan Penumpang” Menyatakan, sebenarnya aturan mengenai barang bawaan itu bukan suatu yang baru. Karena setiap jasa angkutan penumpang pasti memiliki aturan dasar itu. "Sebenarnya aturan mana barang yang boleh dibawa atau tidak itu sudah ada sejak tahun 2008," kata Eva kepada merdeka.com. Dalam aturan tersebut, tercantum jelas barang-barang jenis apa saja yang boleh dibawa dan berapa besar ukurannya. Pihaknya juga akan menempelkan aturan tersebut di semua satsiun, dan di loket-loket, serta melakukan pembinaan pada portir mengenai persoalan barang bawaan yang dibawa penumpang.

Beberapa pernyataan penumpang KRL, seperti dalam artikel Warta Kota (2013) yang berjudul “Peraturan Barang di KRL Tak Jelas”, Nurfirmi Amini (23),

salah seorang penumpang, mengatakan, selama beberapa tahun dirinya memakai jasa KRL, tak pernah melihat adanya peraturan yang menyebutkan bahwa penumpang yang membawa barang wajib membeli tiket khusus barang. "Saya enggak tahu ada peraturan seperti itu, karena memang tidak ada informasi tentang hal itu di setiap loket atau petugas," kata Firma saat ditemui Warta Kota, di Jakarta, Selasa (19/2). Dia naik KRL dari Tanahabang hendak menuju Stasiun UI Depok. Wanita yang akrab disapa Firma itu menambahkan, jika memang ada aturan, itu perlu penjelasan soal batasan ukuran barang yang dibawa penumpang. Karena soal besaran barang yang dapat menyita ruangan masih sulit ditentukan. Akan lebih baik jika ditentukan dalam satuan berat atau ukuran luasnya. "Informasinya juga harus tertulis di setiap loket ataupun di dalam KRL, agar para penumpang yang hendak menaiki kereta dengan membawa barang yang memakan tempat bisa mempersiapkan membeli tiket untuk barang bawannya. Karena selama saya naik KRL belum pernah tuh tahu ada aturan itu, kalau khusus kereta api jarak jauh sih sudah umum ya," ucapnya. Hal senada disampaikan oleh Solihin (45) yang ditemui di KRL Ekonomi jurusan Tanahabang-Serpong. Menurutnya, pihak PT KAI kurang dalam memberikan sosialisasi dan informasi mengenai adanya peraturan tersebut. "Kalaupun memang ada peraturan seperti itu, sebaiknya penumpang diberitahu oleh petugas atau dikasih informasi di kaca loket. Selama ini saya lihat sepertinya tidak ada informasi soal itu," kata Solihin.

Sementara itu, pantauan Warta Kota di Stasiun Tanahabang, Jakarta Pusat, banyak penumpang KRL yang membawa barang berukuran sebesar kardus televisi atau karung beras ukuran 50 kilogram. Barang yang dibawa mayoritas

berupa pakaian, sandal, dan sepatu. Sejak membeli tiket di loket sampai menaiki KRL Ekonomi jurusan Tanahabang-Serpong tak seorang petugas pun memeriksa apakah para penumpang itu membeli tiket khusus barang atau tidak. "Ah lagian petugas kan enggak bakalan masuk ke KRL Ekonomi, soalnya kereta sudah penuh. Lewat aja udah susah," kata salah seorang penumpang. Hal tersebut, membuktikan bahwa masih kurangnya sosialisasi, penyediaan informasi, dan pengawasan ketat akan peraturan barang bawaan di KRL sehingga mengancam hak dan kenyamanan bersama para penumpang KRL. Selain itu, setiap penumpang memiliki hak untuk mendapatkan arahan yang benar, informasi sebenar-benarnya, dan perlakuan yang sama.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah, seperti berikut.

1. Bagaimana perancangan kampanye sosial yang informatif sehingga dapat mengingatkan, menyadarkan, dan mengajak penumpang KRL untuk menaati peraturan mengenai barang bawaan di KRL, demi kenyamanan bersama penumpang KRL khususnya di Jabodetabek?

1.3. Batasan Masalah

Penulis hanya akan membahas mengenai kampanye sosial dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Menertibkan Barang Bawaan Penumpang di KRL Jabodetabek” yang dibatasi sampai perancangan media, sebagai berikut.

1. Masalah Utama: kurangnya sosialisasi, penyediaan informasi, dan pengawasan yang ketat mengakibatkan masih banyak penumpang KRL yang tidak mengetahui dan mematuhi peraturan barang bawaan di KRL sehingga mengancam hak dan kenyamanan pengguna KRL.

2. Target

a. Geografis: Jabodetabek

b. Demografi:

1. Usia: 16 tahun keatas.

2. Jenis kelamin: multigender.

3. Profesi: pedagang, pembeli barang grosir, pelajar, dan pekerja.

4. Golongan: masyarakat majemuk.

c. Psikologi: kalangan menengah kebawah yang menjadikan transportasi kereta api sebagai transportasi andalan dengan harga murah, bebas macet, dan dapat menempuh jarak jauh dengan cepat.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Penulis bertujuan mensosialisasikan informasi mengenai peraturan barang bawaan, serta mengingatkan penumpang KRL bahwa transportasi KRL adalah transportasi moda penumpang bukan angkutan barang, melalui perancang kampanye sosial dengan berbagai media desain yang dirancang secara tepat guna

mengingatkan, menumbuhkan, dan mengerakkan para pengguna KRL sejabotabek untuk memperjuangkan hak dan memperdulikan kenyamanan bersama para pengguna KRL dengan mematuhi tata tertib aturan berpenumpang di KRL.

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan kampanye sosial yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Menertibkan Barang Bawaan Penumpang di KRL Jabodetabek” bermanfaat bagi:

1. Penulis

“Perancangan Kampanye Sosial Menertibkan Barang Bawaan Penumpang di KRL Jabodetabek” merupakan tugas akhir penulis yang bermanfaat bagi penulis untuk mendapatkan gelar sarjana.

2. Universitas Multimedia Nusantara

Diharapkan dari studi kasus perancangan kampanye sosial yang penulis lakukan dapat bermanfaat bagi universitas sebagai bahan materi atau informasi yang dapat mendukung kegiatan akademis.

3. Khalayak Umum

Manfaat perancangan kampanye sosial bagi khalayak umum, yaitu sebagai sumber informasi yang mensosialisasikan mengenai peraturan barang bawaan di KRL untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat, khususnya di KRL Jabodetabek yang tertib, aman, nyaman, dan damai sehingga terjalin hubungan baik antar pengguna KRL yang dapat meningkatkan mutu kehidupan bermasyarakat.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melakukan studi lapangan dan studi literatur yang terdiri dari data primer dan data sekunder, sebagai berikut.

1. Studi lapangan

a. Wawancara yang penulis gunakan adalah metode wawancara semi-formal yang terbagi menjadi wawancara I dan II, sebagai berikut.

- Wawancara I, berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para satpam yang bertugas di KRL Jabodetabek, seperti pelanggaran-pelanggaran apa saja yang dilakukan oleh para pengguna KRL? Pelanggaran apa yang paling sering terjadi atau yang sering dilanggar?
- Wawancara II, berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para pengguna KRL di Jabodetabek, seperti apakah anda mengetahui bahwa ada aturan mengenai barang bawaan di KRL? Apakah anda mengetahui bahwa penumpang hanya diperbolehkan membawa satu jinjing bagasi atau barang bawaan dengan ketentuan ukuran dan berat yang ada? Bila anda melanggar aturan, apakah anda sadar tindakan anda dapat mengancam kenyamanan dan hak penumpang KRL lain? Apakah anda sering melanggar peraturan tersebut?

- Wawancara III, berupa pertanyaan-pertanyaan kepada kepala stasiun setempat, mengenai pasal-pasal yang terkait dengan aturan barang bawaan di KRL dan tanggapannya mengenai masih banyaknya penumpang KRL yang tidak mengetahui dan tidak menaati peraturan barang bawaan di KRL?

b. Observasi penulis lakukan mulai dari juli 2014. Pada juli 2014 hingga september 2014 secara rutin penulis menjalin sebagai salah satu pengguna KRL dan mengamati pola perilaku pengguna KRL agar dapat memahami pola pikir atau kejiwaan pengguna KRL di Jabodetabek.

2. Studi Literatur

Mencari data dan informasi melalui situs internet, seperti kompas.com, tempo.co, merdeka.com, dan sebagainya. Selain itu, penulis juga membaca beberapa buku psikologi komunikasi, buku metode penelitian kualitatif, contoh buku yang berjudul *Qualitative Research Method* oleh Sari Wahyuni, dan sebagainya.

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan yang akan menjadi acuan penulis dalam perancangan kampanye sosial adalah buku yang berjudul "*Graphic Design Solution*" sebagai berikut, (Landa, 2006, hlm. 26-37).

1. Strategi

Banyak desainer grafis melakukan *design brief* atau sebutan lain *design plan*, *creative brief*, atau *creative work plan* untuk menyusun strategi yang bermanfaat dalam membantu menemukan ide. *Design brief* adalah gambaran perencanaan strategi, objektif, dugaan, audiensi, brand, persepsi grup, biaya, dan media. Strategi adalah perencanaan utama untuk memulai dalam menetapkan beberapa factor kunci, pemecah masalah, objektifitas, audiensi, dan *brand positioning*.

2. Konsep

Konsep desain adalah kerangka dari semua keputusan desain yang diambil. Konsep yang sukses itu menyegarkan, saling bersangkutan-paut, dan memiliki dampak. Karena konsep adalah fondasi untuk solusi desain dan konsep desain adalah solusi kreatif untuk masalah desain, pokok pikiran, atau bagian desain yang merupakan ide pokok dibalik bagian desain tersebut. Maksudnya, setiap bagian desain memiliki alasan tersendiri dari setiap pemilihan, penciptaan, pemaduan, dan penyusunan visual dan verbal, seperti melakukan perbandingan, pemilihan warna, pemotongan sesuatu, atau pemilihan jenis font tertentu.

3. Desain

Desain menuntut konseptualisasi, visualisasi, dan sangat penting membaurkan konseptual dan elemen visual untuk membentuk suatu pesan komunikasi dan maksud yang ditujukan kepada audiensi. Dibutuhkan

penciptaan atau penyeleksian elemen visual yang terdiri atas desain yang sekilas dan efektif dalam mengkomunikasikan konsep desain. Setiap projek, desainer grafis menggunakan beberapa macam media. Gaya adalah ekspresi pribadi atau individual dalam menginterpretasikan konsep dengan elemen grafis yang dibuat untuk menghasilkan kualitas khusus.

Solusi desain dari permasalahan yang ada meliputi proses dan tahapan, seperti memahami betul permasalahan, mendapatkan informasi, membuktikan fakta, berfikir dengan membuat sketsan, membuat *mind mapping*, atau eksperimental, dan memilih sketsa terbaik. Konsep bekerja dengan membuat sketsa, bila tidak bekerja makan saat masuk tahap di komputer juga tidak akan bekerja. Memilih desain terbaik di komputer dengan membuat *mock-up* atau *dummy* sangat penting untuk menguji kejelasan dan keakuratan desain sebelum sampai ke publik dan melalui proses cetak atau produksi.

4. Produksi

Mempersiapkan berkas elektronik, mengumpulkan semua yang dibutuhkan, seperti visual, teks, meneliti semua yang dibutuhkan, mengoreksi cetakan, bekerja dengan mesin cetak, dan mempersiapkan semua dengan sewajarnya sesuai kebutuhan untuk memastikan cetakan atau *digital loading* berhasil. Desainer juga haruslah teliti dalam membuat berkas digital dan tegas memberi instruksi kepada pencetak, mengecek

leser percobaan cetak, *prepress proofs*, dan mengirimkan kerjaan kepada klien.

5. Eksekusi

Pemenuhan konsep selama proses desian yang berlangsung, termasuk pemilihan, dan pengerjaan sesuatu dengan tangan atau alat secara terampil dengan bahan-bahan dan atau suatu *software*.



UMN

1.8. Skematika Perancangan

