

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN  
PENGUNAAN JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENGARAI  
SEPEDA MOTOR**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Muhammad Farrel Ardan**

**0000040818**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN  
PENGUNAAN JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENDARAI  
SEPEDA MOTOR**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Muhammad Farrel Ardan**

**00000040818**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Farrel Ardan  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000040818  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tesis dengan judul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN PENGGUNAAN JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENDARAI SEPEDA MOTOR**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Mei 2024



Muhammad Farrel Ardan

U M M I N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN PENGGUNAAN JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENDARAI SEPEDA MOTOR

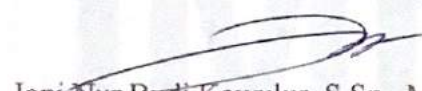
Oleh

Nama : Muhammad Farrel Ardan  
NIM : 00000040818  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara


Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.  
0312096805/023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul


### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN PENGGUNAAN JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENDARAI SEPEDA MOTOR

Oleh

Nama : Muhammad Farrel Ardan  
NIM : 00000040818  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024  
Pukul 16.00 s.d 16.45 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

  
Nadia Mahatmi, M.Ds.  
0416038705/039375

Penguji

  
Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/042750

Pembimbing

  
Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.  
0312096805/023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresta Ybliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Farrel Ardan  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000040818  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN PENGGUNAAN  
JAS HUJAN PONCO SAAT MENGENDARAI SEPEDA MOTOR**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*.

Tangerang, 20 Mei 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

  
(Muhammad Farrel Ardan)

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah dengan ini, penulis dapat menjalankan Tugas Akhir dengan baik sampai selesai. Tuga Akhir yang disusun oleh penulis sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1).

Selama proses penyusunan Tugas Akhir, penulis juga dibantu oleh pihak-pihak terkait yang telah membimbing dari awal hingga akhir dan telah memberikan masukan dalam proses perancangan Tugas Akhir. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Afrizal selaku pengemudi ojek online, sebagai narasumber yang telah memberikan waktu serta pendapat mengenai topik yang sedang dirancang.
6. Haryva selaku Banit Polsek, sebagai narasumber yang telah memberikan waktu serta informasi mengenai topi yang sedang dirancang.
7. Wahyudi selaku kurir biro jasa, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai topi yang dirancang.
8. Gana selaku sahabat, yang telah memberikan waktu dan support selama pengerjaan Tugas Akhir berlangsung.
9. Zafira selaku sahabat dekat, yang telah memberikan saran atas topik yang sedang di teliti.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan perancangan ini, penulis dengan sadar bahwa perancangan Tugas Akhir jauh dari kata sempurna. Penulis juga mengharapkan saran serta masukan sehingga dapat membangun sempurna tugas akhir tersebut. Penulis juga berharap dengan adanya perancangan ini dapat berguna bagi masyarakat luas, lingkungan kampus, serta bagi diri sendiri.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Muhammad Farrel Ardan)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL LARANGAN PENGGUNAAN JAS HUJAN PONCO PADA SAAT MENGENDARAI SEPEDA MOTOR

(Muhammad Farrel Ardan)

## ABSTRAK

Setiap pengendara motor wajib mematuhi kelengkapan berkendara, kesiapan dalam berkendara juga akan berdampak positif bagi setiap pengendara motor. Penggunaan jas hujan *training* merupakan hal yang dapat meminimalisir resiko kecelakaan dibandingkan dengan menggunakan jas hujan model ponco pada saat mengendarai motor dikala hujan. Namun, masih banyak masyarakat yang menggunakan sepeda motor sebagai moda transportasi utama belum menyadari pentingnya memakai jas hujan *training* bahkan mengabaikannya dikarenakan tidak praktis. Oleh karena itu, dengan adanya perancangan ini melalui kampanye sosial oleh masyarakat. Penulis berharap dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keselamatan pada saat berkendara dikala hujan. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat menyepakati bahwa jas hujan *training* merupakan salah satu kelengkapan berkendara yang penting bagi pengendara sepeda motor. Penulis dalam perancangan ini menggunakan teori perancangan dari R.Landa sebagai *Solution Graphic Design* serta menggunakan Venus dalam kampanye. Penulis juga menggunakan strategi komunikasi model AISAS sebagai acuan utama dalam merancang desain kampanye. Metode dalam mengumpulkan data yang penulis gunakan yaitu secara kualitatif. Penulis juga melakukan pemilihan media-media sebagai ajakan kepada target audiens. Media yang penulis pilih berupa, poster, stiker, *neon box ads*, *car decal ads*, *signage*, *billboard ads*, Instagram, dan *merchandise*. Penulis melakukan pemilihan media tersebut sebagai bentuk ajakan untuk tidak menggunakan jas hujan ponco dan wajib menggunakan jas hujan *training* pada saat mengendarai sepeda motor dikala hujan.

**Kata kunci:** Kelengkapan berkendara, Sepeda motor, Kampanye sosial, Larangan penggunaan jas hujan ponco

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN TO PROHIBIT THE USE OF PONCHO RAINCOATS WHEN RIDING MOTORCYCLES

(Muhammad Farrel Ardan)

## ***ABSTRACT (English)***

*Every motorbike rider is obliged to comply with riding equipment, readiness to ride will also have a positive impact on every motorbike rider. Using a training raincoat is something that can minimize the risk of accidents compared to using a poncho-style raincoat when riding a motorbike in the rain. However, there are still many people who use motorbikes as their main mode of transportation who do not realize the importance of wearing a training raincoat and even ignore it because it is impractical. Therefore, this design through a social campaign by the community. The author hopes to increase public awareness of safety when driving in the rain. Based on the results of interviews, the public agreed that a training raincoat is one of the important riding equipment for motorcyclists. The author in this design used R. Landa's design theory as a Graphic Design Solution and used Venus in the campaign. The author also uses the AISAS model communication strategy as the main reference in designing the campaign design. The method of collecting data that the author uses is qualitative. The author also selects media as an invitation to the target audience. The media that the author chose are posters, stickers, neon box ads, car decal ads, signage, billboard ads, Instagram, and merchandise. The author chose this media as a form of invitation not to use poncho raincoats and to wear training raincoats when riding a motorbike when it rains..*

**Keywords:** *Riding equipments, Motorcycles, Social campaign, Ban on poncho raincoats*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	3
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Desain Grafis</b> .....	5
<b>2.1.1 Prinsip Desain</b> .....	5
<b>2.1.2 Warna</b> .....	11
<b>2.1.3 Tipografi</b> .....	13
<b>2.1.4 Grid</b> .....	14
<b>2.2 Kampanye</b> .....	17
<b>2.2.1 Jenis-jenis Kampanye</b> .....	17
<b>2.2.2 Strategi Kampanye</b> .....	18
<b>2.2.3 Kampanye Media</b> .....	18
<b>2.2.4 Penyampaian Pesan Kampanye</b> .....	20
<b>2.3 Komunikasi Strategi</b> .....	20
<b>2.4 Tata Tertib Berkendara Motor</b> .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	23
<b>3.1 Metodologi Penelitian dalam Pengumpulan Data</b> .....	23
<b>3.1.1 Observasi</b> .....	23

3.1.2 Wawancara .....	27
3.1.3 Studi Existing.....	33
3.1.4 Studi Referensi .....	39
3.1.5 Penyelenggara kampanye.....	42
3.2 Metodologi Perancangan .....	43
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Strategi Perancangan .....	46
4.1.1 Strategi Media .....	47
4.1.2 Perancangan Desain.....	55
4.1.3 Penggunaan <i>Typography</i> .....	58
4.1.4 Identitas Kampanye.....	59
4.1.5 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> .....	62
4.1.6 Proses Perancangan Media .....	65
4.2 Analisis Media Perancangan .....	78
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i> .....	78
4.2.2 Analisis Poster .....	79
4.2.3 Analisis <i>Billboard</i> .....	81
4.2.4 Analisis <i>Neon Box Ads</i> .....	82
4.2.5 Analisis <i>Car Decal Ads</i> .....	83
4.2.6 Analisis <i>Signage</i> .....	84
4.2.7 <i>X Banner</i> .....	84
4.2.8 Analisis <i>Instagram Feeds</i> .....	85
4.2.9 Analisis <i>Merchandise</i> .....	86
4.3 <i>Budgeting</i> .....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis Bentuk .....	6
Gambar 2.2 Jenis Kesatuan .....	7
Gambar 2.3 Emphasis .....	8
Gambar 2.4 Rhythm .....	8
Gambar 2.5 Keseimbangan Radial.....	9
Gambar 2.6 Keseimbangan Simetris.....	10
Gambar 2.7 Keseimbangan Asimetris.....	10
Gambar 2.8 <i>Additive</i> dan <i>Subtractive</i> .....	11
Gambar 2.9 Warna RGB & CMYK.....	12
Gambar 2.10 Psikologi Warna .....	13
Gambar 2.11 Anatomi Huruf .....	13
Gambar 2.12 Anatomi <i>Grid</i> .....	15
Gambar 2.13 <i>Single Column Grid</i> .....	15
<i>Gambar 2.14 Multicolumn grid</i> .....	16
Gambar 2.15 <i>Modular Grid</i> .....	16
Gambar 2.16 AIDMA diganti AISAS.....	21
Gambar 3.1 Jalan Tanah Kusir.....	24
Gambar 3.2 Grogol Jakarta Pusat.....	25
Gambar 3.3 Permata Hijau.....	26
Gambar 3.4 Bintara Bekasi Barat.....	26
Gambar 3.5 Wawancara dengan Ojek Online.....	29
Gambar 3.6 Wawancara Banit Polres .....	31
Gambar 3.7 Wawancara dengan Kurir Biro Jasa .....	33
Gambar 3.8 Kampanye keselamatan Berkendara .....	33
Gambar 3.9 Kampanye Keselamatan Berkendara .....	34
Gambar 3.10 Kampanye Aman Berkendara.....	36
Gambar 3.11 Pemberian Informasi dan Edukasi.....	36
Gambar 3.12 Kampanye Keselamatan Berlalu Lintas .....	38
Gambar 3.13 Kampanye Keselamatan Berkendara Oleh Komunitas Motor .....	40

Gambar 3.14 Edukasi Aman Berkendara Honda Banten.....	41
Gambar 3.15 Poster Ajakan Untuk Mengikuti Kegiatan Kampanye Sosial .....	42
Gambar 3.16 Bentuk Donasi yang Dilakukan Untuk Mendukung Kegiatan Sosial .....	43
Gambar 4.1 Proses <i>Mind Mapping</i> .....	55
Gambar 4.2 Proses Pencarian <i>Big Idea</i> .....	56
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> .....	57
Gambar 4.4 <i>Typeface</i> Broken Detroit .....	58
Gambar 4.5 <i>Typeface</i> Impact .....	58
Gambar 4.6 <i>Typeface</i> Arial .....	59
Gambar 4.7 Referensi Logo .....	60
Gambar 4.8 Desain Identitas Logo Kampanye .....	60
Gambar 4.9 Final Logo Kampanye.....	61
Gambar 4.10 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> Pertama .....	62
Gambar 4.11 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> Kedua .....	62
Gambar 4.12 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> Ketiga.....	63
Gambar 4.13 Finalisasi <i>Key Visual</i> .....	64
Gambar 4.14 Proses Perancangan Poster .....	66
Gambar 4. 15 Hasil Akhir <i>Attention</i> Pada Poster.....	67
Gambar 4. 16 Proses Perancangan <i>Neon Box</i> .....	68
Gambar 4. 17 Hasil Akhir Perancangan <i>Neon Box</i> .....	68
Gambar 4. 18 Proses Perancangan <i>X Banner</i> .....	69
Gambar 4. 19 Hasil Perancangan <i>X Banner</i> .....	69
Gambar 4. 20 Proses Perancangan <i>Billboard Ads</i> .....	70
Gambar 4. 21 Hasil Perancangan Billboard Ads .....	70
Gambar 4. 22 Proses Perancangan Poster .....	71
Gambar 4. 23 Hasil Perancangan Poster <i>Interest</i> .....	72
Gambar 4. 24 Proses dan Hasil Perancangan <i>Neon Box</i> .....	72
Gambar 4. 25 Proses Perancangan <i>Signage</i> .....	73
Gambar 4. 26 Proses Perancangan <i>Car Decal Ads</i> .....	74
Gambar 4. 27 Proses Perancangan <i>Instagram Feeds</i> .....	75

Gambar 4. 28 Finalisasi Instagram <i>Carousel</i> .....	75
Gambar 4. 29 Proses Perancangan Poster <i>Action</i> .....	76
Gambar 4. 30 Finalisasi Poster <i>Action</i> .....	77
Gambar 4. 31 Finalisasi <i>Merchandise</i> .....	78
Gambar 4. 32 Hasil Desain Poster <i>Attention Interest Action</i> .....	80
Gambar 4. 33 Mockup Poster.....	81
Gambar 4. 34 Mockup <i>Billboard</i> .....	82
Gambar 4. 35 Mockup <i>Neon Box Ads</i> .....	83
Gambar 4. 36 Mockup <i>Car Decal Ads</i> .....	83
Gambar 4. 37 Mockup <i>Signage</i> .....	84
Gambar 4. 38 Mockup <i>X Banner</i> .....	85
Gambar 4. 39 Mockup Instagram.....	86
Gambar 4. 40 Mockup <i>Merchandise</i> .....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Kampanye Keselamatan Berkendara.....	35
Tabel 3.2 Analisis SWOT Kampanye Aman Berkendara.....	37
Tabel 3.3 Tabel SWOT Kampanye Keselamatan Berjalan Lintas .....	39
Tabel 4.1 Tabel AISAS .....	50
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i> .....	88



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA