



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.

KAMPANYE SOSIAL
MENUMBUHKAN KESADARAN PENGENDARA MOTOR
AKAN HAK PEJALAN KAKI DI TROTOAR

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S. Ds.)



Nama : Sattiawan
NIM : 11120210089
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016-2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sattiawan
NIM : 11120210089
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara

Judul TA/Skripsi :

KAMPANYE SOSIAL MENUMBUHKAN KESADARAN PENGENDARA MOTOR AKAN HAK PEJALAN KAKI DI TROTOAR

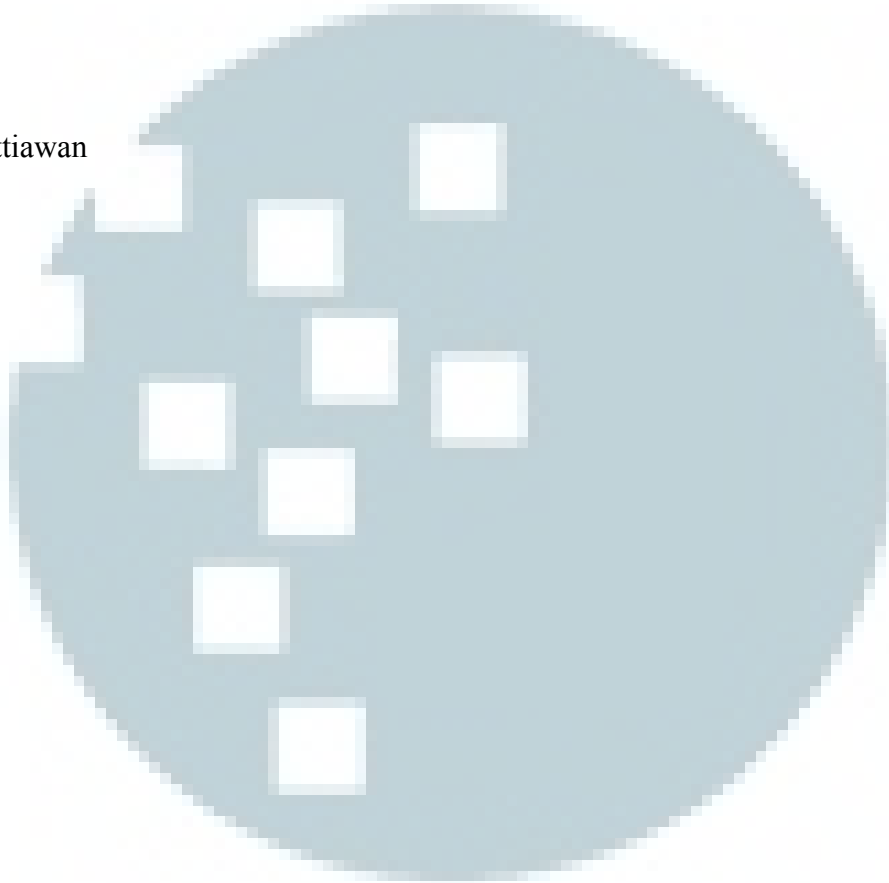
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri (Sattiawan), tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Juni 2016

Sattiawan



UMMN

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR KAMPANYE
SOSIAL MENUMBUHKAN KESADARAN PENGENDARA
MOTOR AKAN HAK PEJALAN KAKI DI TROTOAR**

Oleh :

Nama : Sattiawan

NIM : 11120210089

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 24 Juni 2016

Pembimbing

Gideon K.F., S.T., M.Ds

Penguji

Ketua Sidang

Ardyansyah S.Sn., M.M., M.Ds.

Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME, karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Kampanye Sosial Menumbuhkan Kesadaran Pengendara Motor akan Hak Pejalan Kaki di Trotoar.” Penulis yakin, selesainya tugas akhir ini tidak lain atas izin dan campur tangan Tuhan.

Pembuatan tugas akhir dengan topik menumbuhkan kesadaran pengendara motor ini dilatarbelakangi oleh semakin maraknya terjadi pelanggaran peraturan lalu lintas yang dilakukan oleh pengendara motor, dengan menggunakan trotoar sebagai jalur kendaraan dikala macet yang secara langsung mengganggu hak pejalan kaki yang merupakan satu-satunya dengan hak penuh menggunakan trotoar sebagai lajur berjalan kaki. Hal ini sudah semakin marak terjadi, sampai banyak masyarakat yang melakukan resistensi dengan melakukan aksi mencegat para pengendara motor yang masuk ke trotoar, mengunggah video di sosial media bagaimana hak pejalan kaki di rampas, sampai mendirikan sebuah lembaga sosial yang aktif mengedukasi pelanggar-pelanggar di lapangan.

Selama dan sampai selesai menjalani proses pembuatan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan wawasan berharga. Penulis belajar bagaimana mendalami sebuah fenomena dari berbagai sudut pandang, menjabarkan solusi-solusi yang relevan, serta merancang media visual menggunakan ilmu-ilmu desain yang penulis pelajari selama mengikuti kuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat baik bagi penulis, maupun bagi para pembaca yang ingin menjadikan laporan penulis sebagai referensi desain.

Selama dan sampai selesai menjalani tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan yang amat luar biasa dari pihak, hingga penulis mampu menyelesaikan

tugas akhir sesuai dengan kriteria yang menjadi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara. Dengan ini, penulis mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Yusup S. Martyastiadi S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Bapak Gideon F. K. S.T., M.Ds., selaku pembimbing yang dengan kesabaran yang luar biasa membimbing penulis dari awal sampai akhir dengan ide, saran, solusi, dan banyak hal lain yang membuat penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds. sebagai ketua sidang dan Bapak Ardyansyah S.Sn., M.M. selaku penguji sidang.
4. Bapak Alfred Sitorus sebagai ketua koalisi pejalan kaki yang dengan rendah hati bersedia meluangkan waktu dari kesibukannya sebagai aktivis sosial untuk diwawancara oleh penulis.
5. Kedua orangtua penulis, yang dengan sabar dan penuh kasih menghadapi penulis selama menjalankan hingga menyelesaikan tugas akhir dan adik penulis yang menjadi api penyemangat bagi penulis.
6. Shelli bilanti, ditengah kesibukannya namun tanpa ragu menawarkan bantuan di setiap penulis menghadapi kesulitan, menyemangati saat penulis merasa lelah, dan dengan sabar membantu dan memberikan dorongan dengan segala sikap dan kekurangan penulis selama pembuatan tugas akhir.
7. Semua pihak yang membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Yang teramat banyak sampai tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya karena tanpa pihak-pihak ini dan izin Tuhan penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis, institusi, maupun khalayak luas. Saran dan kritik amat terbuka untuk penulis mengingat tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Semoga Tuhan memberkati kita semua.

Tangerang, 23 Juni 2016

Sattiawan



UMN

ABSTRAKSI

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat populasi tinggi di dunia, mencapai 250 juta jiwa (tertinggi keempat di dunia). Dengan tingkat populasi yang tinggi dan terpusat di pusat kota, menyebabkan jumlah masyarakat yang memiliki kendaraan semakin meningkat sehingga jumlah kendaraan yang melintas di jalan raya semakin banyak.

Semakin meningkatnya volume kendaraan tidak berbanding lurus dengan semakin lebarnya badan jalan sehingga menyebabkan badan jalan menjadi padat. Padatnya jalan raya membuat resiko kecelakaan lalu lintas semakin meningkat, yang salah satu penyebabnya adalah pelanggaran peraturan lalu lintas di jalan raya, salah satunya di trotoar. Pengendara motor yang ingin cepat sampai saat macet, menggunakan trotoar sebagai jalur alternatif. Tindakan preventif pemerintah seperti mengerahkan polisi untuk menertibkan lalu lintas hanya dapat menertibkan lalu lintas sementara saja, saat polisi sudah tidak ada lalu lintas kembali tidak teratur.

Dari masalah ini penulis mencoba untuk membuat kampanye sosial untuk memberikan kesadaran kepada para pengendara agar lebih menaati peraturan lalu lintas.

Kata Kunci : *pelanggaran, hak, pejalan kaki, trotoar, pengendara motor, jakarta, kampanye sosial, PADAT*

UMMN

ABSTRACTION

Indonesia is one of the most populated country in the world, 250 million people (the fourth highest in the world). With a high level of population and concentrated in the big city, causing too many vehicle in the road.

The increasing volume of vehicles not directly proportional with the increasing width of the road, causing the road becomes congested. The density of the road makes the increase traffic accident, which is one of the reasons is violation of traffic rules on the road, one of them on the sidewalk. Bikers who want to quickly get to their destination when the traffic jam, often use the sidewalk as an alternative pathway. Preventative measures such as the government deployed police officers to can only be temporary, as the police absence suddenly the rules violation happening again.

From this problem the author tries to make social campaigns to bring awareness to motorists to be obey traffic regulations more.

Keywords: violation of, the rights, pedestrians, sidewalks, bikers, jakarta, social campaigns, PADAT

U M N

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	II
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR ISI.....	III
DAFTAR GAMBAR.....	V
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.3.1. Target Sasaran.....	3
1.3.2. Media.....	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Manfaat Perancangan.....	4
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.1. Data Primer.....	5
1.6.2. Data Sekunder.....	6
1.7. Metode Perancangan.....	6
1.8. Skematika Perancangan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. <i>Pengertian Kampanye</i>	10

2.1.1. Tujuan Kampanye	10
2.1.2. Ciri-Ciri Kampanye.....	12
2.1.3. Jenis Kampanye	14
2.1.4. Model Kampanye.....	15
2.1.5. Media Kampanye	16
2.1.6. Perencanaan Kampanye	17
2.1.7. Persuasi Pesan Kampanye.....	19
2.2. Tanda Dalam Kampanye	22
2.3. <i>Layout</i>	24
2.3.1. <i>Layout</i> Dalam Kampanye.....	24
2.4. Tipografi Dalam Kampanye	26
2.5. Warna Dalam Kampanye	27
2.6. Strategi Kampanye	30
BAB III METODOLOGI DATA.....	31
3.1. Gambaran Umum Data Primer.....	31
3.1.1. Wawancara	31
3.1.2. Observasi Lapangan	43
3.1.3. Kesimpulan	45
3.1.4. Segmentasi, Target, Positioning.....	46
3.3. Studi Eksisting	47
3.1.1. Kesimpulan	49
BAB IV PERANCANGAN.....	50

4.1. Mindmapping	50
4.2. Digitalisasi Logo	50
4.3. Finalisasi Logogram	53
4.4. Tipografi	56
4.5. Konsep Fotografi	56
4.6. Proses Produksi Fotografi	57
4.7. Eksplorasi Layout Pada Media	60
4.8. Layout Pada Media	64
4.9. Billboard	67
4.9.1 Billboard Fase <i>Awareness</i>	67
4.9.2 Billboard Fase <i>Attitude</i>	68
4.9.3 Billboard Fase <i>Action</i>	69
4.10. Sosial Media	71
4.11. Iklan Website	73
4.12. Poster	73
4.13. Sticker	74
4.14. Gantungan Kunci PADAT	75
4.15. Pin	76
4.16. Kaos	76
4.17. Jurnal	77
4.18. Mug	77
4.19. Tumbler	78
4.20. Pen	76

4.21. <i>Budgeting</i>	81
BAB V PENUTUP	81
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	VI



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Layout</i> kampanye <i>Top-Bottom Structure</i>	24
Gambar 2.2. <i>Layout</i> kampanye <i>Center Margin</i>	25
Gambar 2.3. <i>Layout</i> kampanye <i>Left-Right Margin</i>	26
Gambar 2.4. Anatomi pada <i>typeface</i>	26
Gambar 2.5. Tipografi pada <i>billboard</i> minuman Aqua menggunakan Sans Serif	27
Gambar 2.6. <i>Advertising Campaign Headphone Beats</i>	28
Gambar 3.1. Wawancara penulis dengan pejalan kaki	32
Gambar 3.2. Wawancara penulis dengan pengendara motor	33
Gambar 3.3. Diagram pertanyaan 1	35
Gambar 3.4. Diagram pertanyaan 2	36
Gambar 3.5. Diagram pertanyaan 3	37
Gambar 3.6. Diagram pertanyaan 4	38
Gambar 3.7. Diagram pertanyaan 5	38
Gambar 3.8. Foto penulis dengan Alfred Sitorus.....	40
Gambar 3.9. Wawancara penulis dengan Alfred Sitorus	41
Gambar 3.10. Wawancara penulis dengan pengendara motor saat survey	43
Gambar 3.11. Penulis menghitung jumlah motor yang masuk trotoar	44
Gambar 3.12. Hasil penghitungan pelanggaran	45
Gambar 3.13. Hasil pencarian kampanye sayang bandung di <i>google</i>	48
Gambar 3.14. Billboard kampanye sayang bandung	48
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> logo	50

Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> logo	51
Gambar 4.3. Eksplorasi visual logo secara digital	52
Gambar 4.4. Eksplorasi visual logo secara digital dan pemilihan tagline	52
Gambar 4.5. Finalisasi logo dan tagline	54
Gambar 4.6. <i>Typeface</i> Proxima Nova	55
Gambar 4.7. <i>Typeface</i> Signpainter-Housescript.....	55
Gambar 4.8. Contoh <i>typeface script</i> pada logo	55
Gambar 4.9. Warna pada logo.....	56
Gambar 4.10. Eksplorasi fotografi model 1	57
Gambar 4.11. Foto Final model 1	58
Gambar 4.12. Eksplorasi foto model 2.....	59
Gambar 4.13. Foto Final model 2	60
Gambar 4.14. Eksplorasi <i>layout</i> 1	61
Gambar 4.15. Eksplorasi <i>layout</i> 2	62
Gambar 4.16. Eksplorasi <i>layout</i> 3	63
Gambar 4.17. Desain identik dari <i>packaging</i> sereal	65
Gambar 4.18. <i>layout</i> final media.....	66
Gambar 4.19. Contoh pengaplikasian <i>billboard</i>	67
Gambar 4.20. <i>Billboard</i> fase <i>Awareness</i>	68
Gambar 4.21. <i>Billboard</i> fase <i>Attitude</i>	69
Gambar 4.22. <i>Billboard</i> fase <i>Action</i>	70
Gambar 4.23. Laman <i>Facebook</i> PADAT.....	71
Gambar 4.24. Laman <i>Instagram</i> PADAT	71

Gambar 4.25. Laman <i>Twitter</i> PADAT	72
Gambar 4.26. Laman <i>Youtube</i> PADAT	72
Gambar 4.27. Laman iklan PADAT di website detik	73
Gambar 4.28. Bentuk media poster PADAT	74
Gambar 4.29. Sticker kampanye PADAT	75
Gambar 4.30. Gantungan kunci PADAT	75
Gambar 4.31. Pin.....	76
Gambar 4.32. Kaus PADAT	77
Gambar 4.33. Jurnal PADAT	77
Gambar 4.34. Mug PADAT	78
Gambar 4.35. Tumbler PADAT	78
Gambar 4.36. Pen PADAT	79
Gambar 4.37. Media.....	80

UMMN