



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

Trotoar adalah salah satu fasilitas pendukung penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang wajib ada di setiap jalan yang dilalui kendaraan seperti yang diatur pada Undang Undang nomor 22 Pasal Tahun 2009. Pada pasal 131 ditambahkan, bahwa trotoar adalah salah satu fasilitas yang merupakan hak pejalan kaki, selain tempat penyeberangan, halte bus, dan fasilitas-fasilitas pendukung lain.

Pengendara motor dan pejalan kaki sudah memiliki haknya masing-masing dalam menggunakan fasilitas jalan dan trotoar, tapi tidak jarang para pengendara motor menggunakan trotoar sebagai jalan alternatif untuk menghindari macet atau untuk mempersingkat perjalanan. Alih-alih mempersingkat waktu perjalanan, pengendara motor yang selain merebut hak pejalan kaki dengan menggunakan trotoar untuk mempersingkat waktu perjalanan dapat mengganggu pejalan kaki sehingga pejalan kaki tidak bisa menggunakan trotoar sebagaimana mestinya yang bisa sampai membahayakan nyawa para pejalan kaki.

Ditambah lagi pelanggaran lalu lintas yang dilakukan oleh pengendara motor yang terjadi saat macet terjadi, dilakukan bukan hanya oleh satu dua orang tetapi dilakukan secara beramai-ramai. Hal ini jika dibiarkan akan semakin membudaya dan meningkatkan resiko terjadinya kecelakaan lalu lintas.

Berdasarkan wawancara penulis Shella Deslatu (27 tahun), seorang akuntan perusahaan asing di daerah Sudirman mengakui bahwa pelanggaran lalu lintas yang dilakukan pengendara motor memang sudah lama terjadi. Dari sejak dirinya kuliah sampai sekarang pengendara motor banyak yang masuk ke trotoar terutama saat macet. Dirinya bercerita tentang teman kantornya yang dulu pernah tertabrak motor saat baru saja turun dari kendaraan ke trotoar dan tiba-tiba ada motor dari belakang menabraknya.

Beda halnya dengan Ivan Christopher (28 tahun, *sales marketing* perusahaan keramik), sebagai seorang yang bermobilisasi setiap hari senin sampai jumat di Jakarta dengan menggunakan motor mengakui bahwa pengendara motor ramai-ramai melakukan pelanggaran lalu lintas dengan masuk ke trotoar karena ingin lebih cepat sampai. Ivan menambahkan, hal ini juga dipicu oleh pembiaran oleh aparat kepolisian.

Selain kecelakaan lalu lintas, menurut Alfred Sitorus dari koalisi pejalan kaki masuknya pengendara motor ke jalur trotoar secara beramai-ramai dan berkali-kali merupakan wujud pembiaran aparat penegak hukum di lapangan dan wujud kurangnya tindakan pemerintah membenahi fasilitas mobilisasi sehingga terjadi ledakan populasi kendaraan terutama kendaraan roda dua.

Atas fenomena ini, penulis membuat kampanye sosial “Perancangan Kampanye Sosial Pelanggaran Pengendara Motor di Trotoar.” Yang mana melalui kampanye sosial ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran kepada para pengendara motor bahwa betapa pentingnya menghormati hak pejalan kaki dengan tidak menjadikan trotoar sebagai jalur kendaraan bermotor.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis buat, rumusan masalah atas kampanye ini adalah bagaimana membuat perancangan visual kampanye yang dapat menumbuhkan kesadaran pengendara motor akan hak pejalan kaki di trotoar ?

1.3. Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, diperlukan batasan masalah sehingga penelitian lebih terarah dan terfokus. Mengenai perancangan visual dari Kampanye Sosial Menumbuhkan Kesadaran Pengendara Motor Akan Hak Pejalan Kaki, penulis membuat beberapa batasan sebagai berikut :

1.3.1. Target Sasaran

1. Demografis : Pengendara motor yang berusia 16 tahun keatas.
2. Geografis : Pengendara motor yang bermobilitasi di wilayah DKI Jakarta.
3. Psikografis : Pengendara motor yang lebih mementingkan cepat sampai tujuan dibanding taat peraturan.

1.3.2. Media

Dalam Kampanye Sosial Menumbuhkan Kesadaran Pengendara Motor akan Hak Pejalan Kaki di Trotoar ini penulis membatasi media yang digunakan dalam eksekusi menjadi media *Above The Line (ATL)* dan *Below The Line (BTL)* berupa

cetak maupun elektronik yang dibutuhkan dalam kampanye sosial berdasarkan hasil penelitian berupa poster, billboard, iklan koran, iklan majalah, iklan di media sosial seperti *facebook*, *instagram*, ataupun *youtube*.

1.4. Tujuan Perancangan

Ada beberapa tujuan yang ingin penulis capai dari perencanaan karya ini, yaitu sebagai berikut.

- Mengubah *mindset* pengendara motor dari “cepat sampai” menjadi “yang penting selamat”.
- Menumbuhkan kesadaran pengendara motor akan hak pejalan kaki di trotoar.

1.5. Manfaat Perancangan

Dengan membuat perancangan kampanye ini, penulis mengharapkan beberapa manfaat yang dihasilkan yaitu sebagai berikut.

- Mengembalikan hak pejalan kaki di trotoar sehingga pejalan kaki terbebas dari okupansi pengendara motor.
- Meminimalisir potensi terjadinya kecelakaan lalulintas yang disebabkan oleh okupansi pengendara motor di trotoar sehingga tingkat kecelakaan lalu lintas berkurang.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses perancangan visual kampanye ini, penulis menggunakan penelitian secara kuantitatif yang berbentuk jumlah kecelakaan, kerugian yang diderita, dan sebagainya. Serta menggunakan penelitian kualitatif yaitu berupa apa saja yang mengokupansi trotoar sehingga pejalan kaki terganggu, bentuk pelanggaran lalu lintas yang melibatkan pejalan kaki, dan sebagainya.

1.6.1. Data Primer

1. Wawancara

Penulis mendapatkan data dengan mengadakan wawancara dengan aktivis seperti koalisi pejalan kaki, dinas perhubungan, wawancara dengan pejalan kaki, pengendara motor, dan polisi yang bertugas di lokasi.

2. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan untuk mengamati dan merasakan sendiri bagaimana pelanggaran bisa terjadi agar lebih memahami fenomena.

3. Survey

Survey dilakukan untuk mengetahui akar penyebab terjadinya pelanggaran dari pengendara motor.

1.5.2. Data Sekunder

1. Studi Kepustakaan

Mencari data literatur dari berbagai sumber seperti surat kabar, majalah, artikel, buku, dan media cetak lainnya tentang peraturan berlalu lintas, bentuk fenomena, dan pemecahannya.

2. Internet

Pencarian data di internet guna mendukung data yang dikumpulkan penulis tentang peraturan di jalan, bentuk fenomena, dan pemecahannya, serta mencari data-data pendukung lain seperti foto.

1.7. Metode Perancangan

Penulis melewati beberapa tahapan dalam merancang kampanye sosial ini, yaitu sebagai berikut.

- Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data-data yang menunjukkan bahwa kasus pelanggaran lalu lintas yang dilakukan pengendara motor dengan menggunakan trotoar sebagai jalur alternatif merupakan fenomena yang nyata beserta efeknya kepada pejalan kaki sebagai pengguna sah trotoar. Penulis mendapatkan data dari media cetak, internet, observasi, wawancara, dan sebagainya.

- Analisa Masalah

Hak pejalan kaki di trotoar semakin memperhatikan, yang disebabkan oleh okupansi-okupansi di trotoar seperti pedagang kaki lima, pemasangan gardu listrik oleh pemerintah, fasilitas trotoar yang

minim, dan masuknya pengendara motor ke jalur trotoar sebagai jalur alternatif. Hal ini mengganggu kenyamanan pejalan kaki dan memaksa pejalan kaki untuk ekstra hati-hati dalam menggunakan trotoar bahkan tidak jarang memaksa pejalan kaki untuk berjalan di badan jalan sehingga berpotensi tertabrak pengendara mobil ataupun motor di badan jalan.

- *Brainstroming* Konsep Visual Kampanye

Setelah mengetahui apa yang ingin dilakukan dalam perancangan ini, maka dilakukan *brainstorming* untuk menentukan bagaimana eksekusi visual berdasarkan target kampanye sehingga tepat sasaran.

- Perancangan Identitas Visual

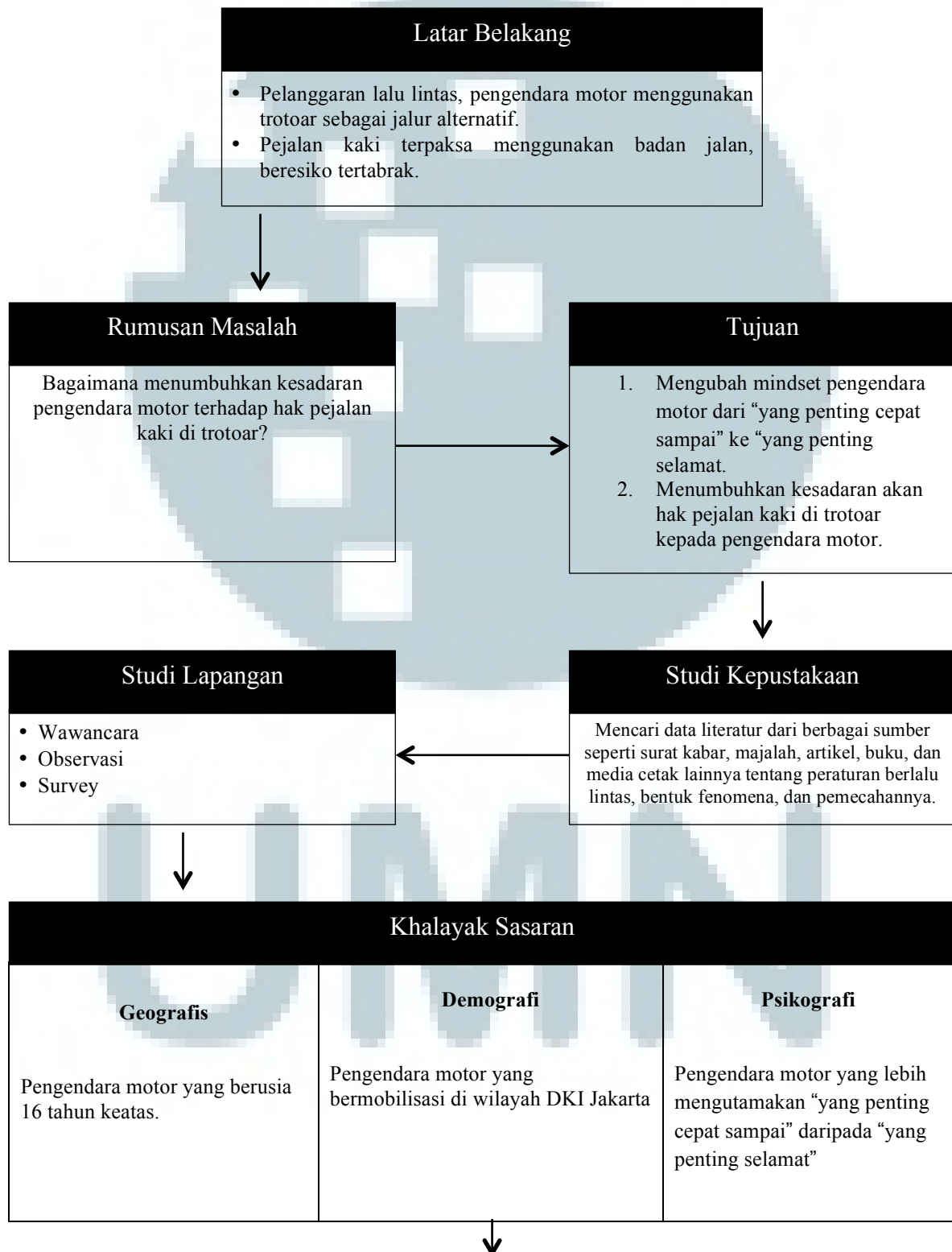
Dari hasil *brainstorming* dibuat sketsa awal perancangan identitas visual untuk kemudian ditentukan apa sudah cukup efektif untuk dibuat eksekusi visualnya.

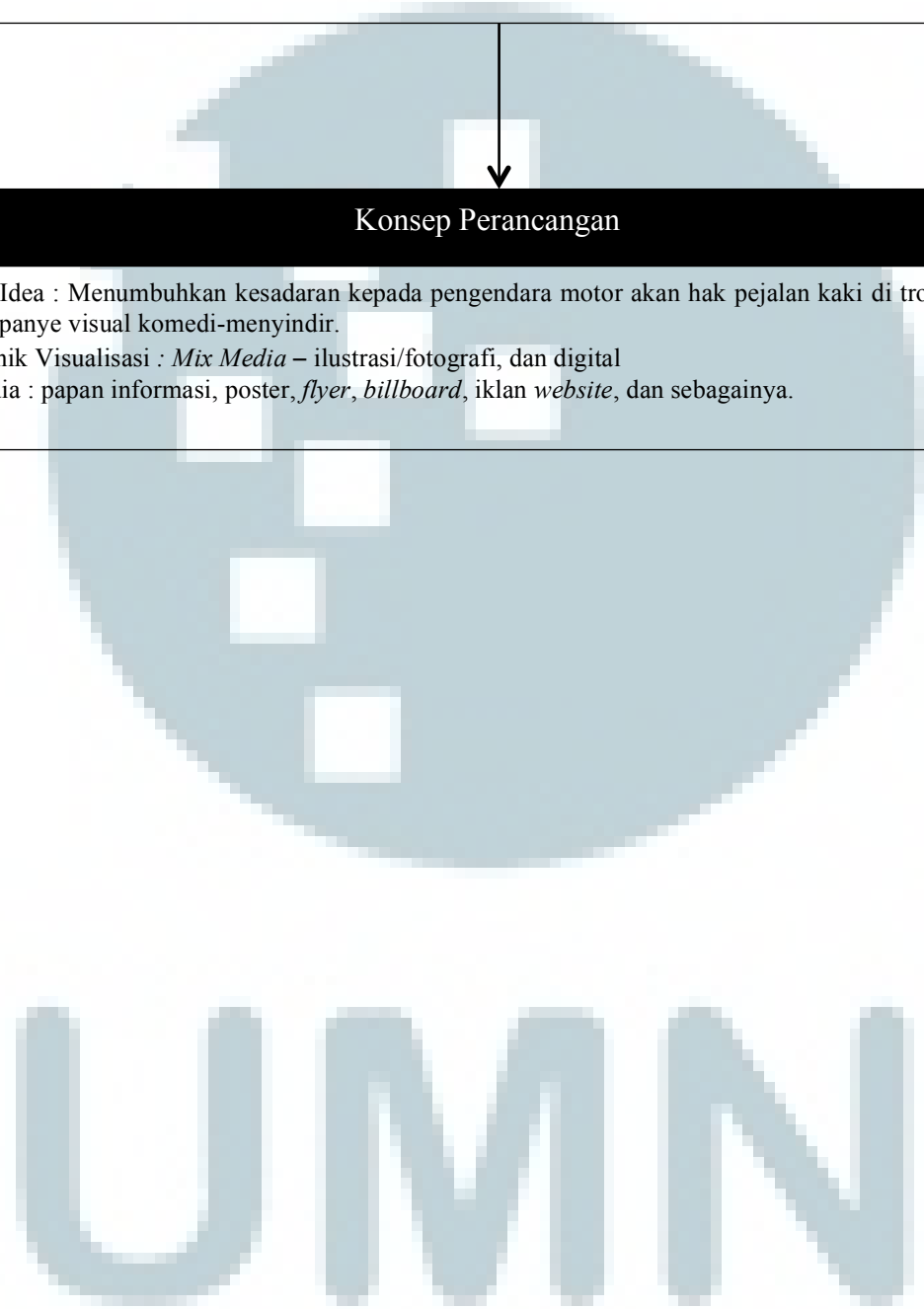
- Eksekusi Visual

Tahap terakhir adalah eksekusi ke media-media yang paling efektif untuk mengkomunikasikan kampanye sesuai target sasaran.

UUMN

1.8. Skematika Perancangan





↓

Insight

Memberikan kesadaran kepada para pengendara motor bahwa trotoar merupakan tempat untuk pejalan kaki dan bukan merupakan jalur alternatif menghindari macet.

↓

Konsep Perancangan

1. Big Idea : Menumbuhkan kesadaran kepada pengendara motor akan hak pejalan kaki di trotoar melalui kampanye visual komedi-menyindir.
2. Teknik Visualisasi : *Mix Media* – ilustrasi/fotografi, dan digital
3. Media : papan informasi, poster, *flyer*, *billboard*, iklan *website*, dan sebagainya.