

DAFTAR ISI

COVER DALAM	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye	
2.1.1 Definisi Kampanye.....	6
2.1.2 Jenis-jenis Kampanye.....	6
2.1.3 Model Kampanye	7
2.2 Iklan Layanan Masyarakat (ILM) / Public Service Advertising (PSA)	8
2.3 Komunikasi Massa	
2.3.1 Definisi Komunikasi Massa	9
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa	9

2.4 Persuasi	
2.4.1 Definisi Persuasi.....	10
2.4.2 Teori Persuasi yang Digunakan dalam Proyek Kampanye	
2.4.2.1 Model Keyakinan Kesehatan.....	11
2.4.2.2 Teori Perilaku Terencana	11
2.4.2.2 Teori Tahapan Perubahan.....	12
2.5 Penanggulangan Kecelakaan Lalu Lintas.....	13
2.6 Mengemudi dan Atensi	
2.6.1 Mengemudi Sambil Melakukan Aktivitas Lain	13
2.6.2 Atensi (<i>attention</i>)	
2.6.2.1 Divided Attention	15
2.6.2.2 Central Capacity Interference Theory	16

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Lembaga Terkait	
A. Ditlantas Polda Jabar	17
B. XL-PT Excelcomindo Pratama Tbk	18
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	
3.1.2.1 Safety Indonesia	19
3.1.2.2 Kegiatan Sosialisasi UU No.22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan oleh Satlantas Polwiltabes Bandung dan Polresta Bandung Barat	21
3.1.3 Data Hasil Wawancara	
3.1.3.1 Wawancara dengan Kasatlantas Polresta Bandung Barat Bapak Kurnia	22
3.1.3.2 Wawancara dengan Unit Laka Lintas Polwiltabes Bandung Bapak Alamsyah	23
3.1.3.3 Wawancara dengan Ibu Ellen, Dosen Psikologi Universitas Kristen Maranatha	24

3.1.4 Data Tentang Mengemudi Sambil Menggunakan Ponsel	24
3.1.5 Kondisi Saat Ini	
3.1.5.1 Jumlah Pengguna Ponsel dan Jumlah Kecelakaan di Amerika dan di Indonesia.....	25
3.1.5.2 Perkembangan Jumlah Kecelakaan, Jumlah Kendaraan, dan Pengguna Ponsel di Indonesia .	26
3.1.5.3 Perkembangan Jumlah Kecelakaan di Kota Bandung dalam Beberapa Tahun Terakhir	28
3.1.6 Data Klipping Tabloid, Majalah, dan Artikel Internet	
3.1.6.1 UU Buat Bikers	30
3.1.6.2 Berkendara Sambil Nelpon Bakal Kena Tilang	30
3.1.6.3 Sepele Bisa Mengundang Maut.....	30
3.1.6.4 Adu Fakta SMS-an Lebih Berbahaya.....	31
3.1.6.5 Tips Bijak : Ponsel Juga Barang Biasa.....	31
3.1.7 Data Kuesioner	31
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	
3.2.1 Analisis Berdasarkan Teori Model Keyakinan Kesehatan dan Teori Perilaku Terencana	37
3.2.2 Analisis Berdasarkan Teori Tahapan Perubahan Dihubungkan dengan Hasil Kuesioner	38
3.2.3 Analisis STP	38
3.2.4 Analisis SWOT.....	39

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	
4.1.1 Pendekatan Sebab-Akibat.....	41
4.1.2 Tahapan Kampanye	42
4.1.3 Retorika Visual : Ironi	42
4.1.4 Creative Brief (Bates Indonesia)	43
4.2 Konsep Kreatif	
4.2.1 Konsep Verbal	44

4.2.2 Konsep Visual	45
4.2.3 Konsep Layout	47
4.3 Konsep Media.....	47
4.4 Hasil Karya	51
4.5 Timeline dan Budgeting	66

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
---------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR

UCAPAN TERIMA KASIH

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	5
Gambar 2.1 Model Difusi Inovasi.....	8
Gambar 3.1 Logo Ditlantas	17
Gambar 3.2 Logo XL	18
Gambar 3.3 Logo Safety Indonesia	19
Gambar 3.4 Buklet Safety Indonesia dari AHM	20
Gambar 3.5 Brosur Sosilaisasi UU dari pihak kepolisian	21
Gambar 3.6 Penulis dengan Kasatlantas Polresta Bandung barta Bapak Kurnia.....	22
Gambar 3.7 Grafik Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Beberapa Operator Seluler dalam 3 tahun terakhir.....	26
Gambar 4.1 Logo 100% Fokus.....	44
Gambar 4.2 Warna Logo	45
Gambar 4.3 Layout utama iklan berdasarkan urutan sebab-akibat	46
Gambar 4.4 Iklan Koran Informing I	51
Gambar 4.5 Iklan Koran Informing II	52
Gambar 4.6 Artikel Koran.....	52
Gambar 4.7 Iklan Majalah Informing.....	54
Gambar 4.8 Flyer Informing	55
Gambar 4.9 Index (Beranda) Website 100% Fokus.com	56
Gambar 4.10 Tampilan Submenu Kampanye	57
Gambar 4.11 Tampilan Submenu Data dan Fakta.....	58
Gambar 4.12 Web Banner	59
Gambar 4.13 Jaring-jaring Starter Pack XL	59
Gambar 4.14 Peta Bandung.....	60
Gambar 4.15 Desain mobil dan seragam yang dipakai pada waktu mobile campaign.	61
Gambar 4.16 Stiker dan T-shirt	61
Gambar 4.17 Ambience Media	64

Gambar 4.18 Games	64
Gambar 4.19 Iklan Koran Reminding	65
Gambar 4.20 Timeline.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Kecelakaan, Korban Meninggal, Luka Berat, Luka Ringan, dan Kerugian Materi yang Diderita Tahun 2004-2008.....	26
Tabel 3.2 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Tahun 2004-2008.....	27
Tabel 3.3 Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas dan Akibatnya Selama Tahun 2009.	28
Tabel 3.4 Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas dan Korban Meninggal Dunia Selama Tahun 2003-2007.	28
Tabel 3.5 Jumlah Korban Luka Berat Akibat Kecelakaan Lalu Lintas Selama Tahun 2003-2007.	29
Tabel 3.6 Jumlah Korban Luka Ringan Akibat Kecelakaan Lalu Lintas Selama Tahun 2003-2007.	29
Tabel 3.7 Jumlah Kerugian Materi Akibat Kecelakaan Lalu Lintas Selama Tahun 2003-2007 (dalam ribuan).....	29