

ABSTRAK

Saat ini kegiatan bersepeda sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern yang dilakukan pada hari libur, bahkan sebagian masyarakat menjadikan kegiatan bersepeda sebagai rutinitas sehari-hari.

Perancangan Promosi Kegiatan Bersepeda di Kota Baru Parahyangan dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan aktivitas bersepeda sebagai *trend* gaya hidup masyarakat Kota Baru Parahyangan, yang selama ini masih belum terlihat.

Dengan perancangan promosi sebuah acara bersepeda santai bersama keluarga yang dilaksanakan setiap hari libur, diharapkan dapat membangkitkan semangat masyarakat Kota Baru Parahyangan untuk bersepeda dan menjadikan kegiatan bersepeda sebagai *trend* gaya hidup positif di kawasan tersebut.

Perancangan Promosi Kegiatan Bersepeda di Kota Baru Parahyangan dengan mempromosikan acara bersepeda santai bersama keluarga yang dilaksanakan setiap hari Minggu dapat berjalan dengan baik dan efektif.

Kata kunci: Bersepeda, Gaya Hidup, Sepeda Santai, Promosi

ABSTRACT

Today cycling activities has become part of modern society lifestyle that usually do in holiday, even some people make cycling as a daily routine.

The goal's of the cycling promotion design in Kota Baru Parahyangan is to make these cycling activities as a lifestyle of Kota Baru Parahyangan society, which has still not seen.

By the promotion design of a fun bike event with family that would be held in every holiday ,is expected to raise the spirit of the Kota Baru Parahyangan society and it become a positive lifestyle trend.

The cycling promotion design in Kota Baru Parahyangan by promoting a fun bike event held with the family in every Sunday can work well and effectively.

Keywords: *Cycling, Lifestyle, Fun Bike, Promotion*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Masalah.....	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.6 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Promosi.....	6
2.1.1 Jenis Media Promosi.....	6
2.1.2 Jenis Bauran Promosi.....	7
2.1.3 Tujuan Promosi.....	8
2.1.4 Pendekatan Promosi.....	8
2.1.5 Ciri-ciri Promosi yang Bekerja.....	9
2.1.6 Pengaruh Psikologis Terhadap Media Promosi.....	9
2.2 Pengertian Ilustrasi.....	11
2.2.1 Sifat dan Fungsinya.....	12

2.2.2 Pengerjaan Ilustrasi Digital.....	13
2.2.3 Corak Ilustrasi.....	13
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	15
3.1 Kota Baru Parahyangan.....	15
3.1.1 Konsep Kota Baru Parahyangan.....	17
3.1.2 Visi dan Misi.....	17
3.1.3 Sejarah Kota Baru Parahyangan.....	18
3.1.4 Tinjauan Proyek.....	19
3.2 SWOT.....	21
3.3 STP.....	21
3.4 Kajian Proyek Sejenis.....	22
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	25
4.1 Konsep Komunikasi.....	25
4.2 Konsep Kreatif.....	25
4.3 Konsep Media.....	27
4.4 Strategi Media.....	29
4.5 <i>Timeline</i>	31
4.6 Hasil Karya.....	31
4.7 <i>Budgeting</i>	42
BAB V Simpulan dan Saran.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran penulis.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
DAFTAR ISTILAH.....	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Kota Baru Parahyangan	15
Gambar 3.2	<i>Sundial</i> sebagai ikon Kota Baru Parahyangan	15
Gambar 3.3	Bersepeda di jalur sepeda.....	16
Gambar 3.4	<i>Zoning</i> Perumahan Kota Baru Parahyangan	20
Gambar 3.5	Promosi bersepeda di lingkungan kampus ITB	23
Gambar 3.6	Promosi bersepeda pada <i>shelter</i> sepeda kampus UI.....	24
Gambar 4.1	Logo <i>tagline</i>	26
Gambar 4.2	Skema warna.....	27
Gambar 4.3	Desain <i>flyer</i> Kota Baru Parahyangan seri pertama (ukuran A4 cm).....	32
Gambar 4.4	Desain <i>flyer</i> Kota Baru Parahyangan seri kedua (ukuran A4 cm).....	32
Gambar 4.5	Desain <i>flyer</i> Kota Baru Parahyangan seri ketiga (ukuran A4 cm).....	33
Gambar 4.6	Desain <i>flyer</i> seri pertama di Bandung (ukuran A4 cm).....	33
Gambar 4.7	Desain <i>flyer</i> seri kedua di Bandung (ukuran A4 cm).....	34
Gambar 4.8	Iklan <i>billboard</i> di Kota Baru Parahyangan.....	34
Gambar 4.9	Iklan <i>billboard</i> di Bandung.....	35
Gambar 4.10	Poster seri pertama Kota Baru Parahyangan (ukuran A2 cm).....	35
Gambar 4.11	Poster seri kedua Kota Baru Parahyangan (ukuran A2 cm).....	36
Gambar 4.12	Poster seri ketiga Kota Baru Parahyangan (ukuran A2 cm).....	36
Gambar 4.13	<i>X-banner</i> (ukuran 60 * 160 cm).....	37
Gambar 4.14	Umbul-umbul di Kota Baru Parahyangan.....	37
Gambar 4.15	Iklan <i>pikiran rakyat</i> (ukuran 13.5 * 10 cm).....	38
Gambar 4.16	Iklan majalah Kota Baru Parahyangan uk.A5.....	38
Gambar 4.17	<i>Ambient 3D</i> gerbang Kota Baru Parahyangan.....	39
Gambar 4.18	<i>Ambient media</i> pada bus <i>shuttle</i> Kota Baru Parahyangan.....	39
Gambar 4.19	Aplikasi pada web Kota Baru Parahyangan.....	40
Gambar 4.20	Aplikasi pada <i>Facebook</i>	40
Gambar 4.21	Aplikasi pin.....	41
Gambar 4.22	Aplikasi stiker.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline</i>	31
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	42