

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan satu dari kota besar di Indonesia yang memiliki laju pertumbuhan kendaraan yang tinggi terutama pada tahun-tahun terakhir. Jumlah kendaraan yang padat dan sarana jalan yang kecil mengakibatkan kemacetan. Hal ini diperparah dengan pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh masyarakat terhadap peraturan lalu lintas.

Menurut survei dan data dari kepolisian Kota Bandung, pelaku pelanggaran terbanyak merupakan individu berusia 16-40 tahun yang tergolong remaja dan dewasa muda. Karena itulah penulis merancang suatu kampanye tentang bagaimana meningkatkan kesadaran tertib berlalu-lintas untuk masyarakat Kota Bandung.

Kampanye sosial ini berusaha mempengaruhi masyarakat tentang dampak yang terjadi akibat masalah-masalah sepele. Benturan sosial terjadi karena rasa egoisme dan mementingkan diri sendiri, disinilah diperlukan kesadaran akan hak dan kewajiban yang seimbang. Saat seseorang menghargai batasan-batasan hak orang lain dipastikan ia akan mentaati peraturan lalu lintas karena peraturan dibuat untuk kepentingan dan kenyamanan bersama.

Penulis merancang visual berjudul “Hidup Bukan Permainan”, dengan objek permainan anak-anak seperti lego, mobil-mobilan, dan karpet mainan. Tujuannya adalah sebagai pendukung tagline yang hendak disampaikan bahwa dalam berkendara dan berlalu-lintas setiap kita memiliki tanggung jawab yang sama sebagai warga negara yang baik. Semakin bertumbuhnya seseorang kebebasan semakin besar, namun hendaknya kebebasan berbanding lurus dengan kewajiban yang harus dilakukan.

Elemen visual yang digunakan merupakan panah dengan warna kuning dan hitam yang mendominasi keseluruhan layout, tujuannya adalah memberikan rasa waspada kepada target sasaran. Penulis berharap dengan perancangan kampanye sosial ini masyarakat mengetahui dan mengikuti peraturan dengan baik.

Kata Kunci : kampanye sosial, lalu-lintas, tata-tertib, jalan raya

ABSTRACT

Bandung is one of the metropolitan cities in Indonesia, which has a high growth rate of vehicle especially in recent years. Numbers of motor vehicle and narrow road lead to congestion. These are compounded by public who abuse on traffic rules. According to survey data comes from Bandung's government, most offenders are individuals aged 16-40 years old were classified as adolescents and young adults. That's why the author design a campaign to raise awareness of citizen to follow the traffic regulation.

This social campaign trying to influence public to realize how disobedience and trivial matters direct to bigger impact such as accident. Social conflict occurs because the sense of egoisme and selfishness. In this situation the necessary awareness of their right and obligation should be balance. When someone appreciates that there is limit rights of others and himself, confirmed he will obey the rules. Because rules are made for the benefit and convenience people.

The author designed a visual titled "Life is Not Games", with the object of children's games such as Lego, toy cars, and carpet. The aim is to support the tagline and inform audience that while driving nor as part of the traffic, each of us has the same responsibility to be a good citizen. Not a game means fully conscious to take them seriously. When a person grows, he will have greater freedom. The freedom should be directly proportional to the duty that must be done.

Author uses visual elements such as arrows with yellow and black colour that dominates the overall layout. The goal is to provide a sense of alert and awareness to the target. The author hopes that this social campaign about traffic will influence people to follow the rules well.

Keyword : social campaign, traffic, rules

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Lalu Lintas	6
2.1.1 Komponen Dalam Lalu Lintas	6
2.2 Kampanye	7
2.2.1 Kampanye Sosial	9

2.2.2 Tujuan Kampanye	9
2.3 Teori Komunikasi	10
2.4 Tinjauan Psikologi	11
2.4.1 Psikologi Remaja	11
2.4.2 Psikologi Dewasa Muda	13
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	 16
3.1 Data dan Fakta	16
3.1.1 Data Lembaga Terkait	16
3.1.1.1 Pemerintah Kota Bandung	16
3.1.1.2 Satuan Lalu Lintas Kepolisian Wilayah Kota Besar Bandung	18
3.1.2 Data Fenomena	19
3.1.3 Data Artikel Laman	29
3.1.4 Data Kuesioner	32
3.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	38
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan	40
3.3.1 Segmentasi	40
3.3.1.1 Segmentasi Geografis	40
3.3.1.2 Segmentasi Demografis	40
3.3.1.3 Segmentasi Psikografis	41
3.3.2 Targeting	41
3.3.3 Positioning	42
3.3.4 Teori 5 W 1 H	42
3.3.5 Strength, Weakness, Opportunity, Threats	43
3.3.5.1 Strength	44
3.3.5.2 Weakness	45
3.3.5.3 Opportunity	45
3.3.5.4 Threats	45
3.4 Analisis Terhadap Teori Relevan Yang Akan Diterapkan	46
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	 48

4.1 Konsep Komunikasi	48
4.2 Konsep Kreatif	49
4.3 Konsep Kampanye	49
4.4 Konsep Bahasa	49
4.5 Konsep Logo	50
4.6 Konsep Tipografi	51
4.7 Konsep Fotografi	52
4.8 Konsep Media Promosi	52
4.8.1 Poster Visual	54
4.8.2 Billboard	61
4.8.3 Note Book	62
4.8.4 Website	62
4.8.5 X-Banner	65
4.8.6 Umbul-Umbul	67
4.8.7 Stand Booth dan Peta Lokasi	68
4.8.8 Stiker	69
4.8.9 Kaos Panitia	70
4.8.10 Name Tag Panitia dan Peserta	71
4.8.11 Gantungan Kunci Motor/Mobil	72
4.9 Anggaran Biaya	72
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
 DAFTAR PUSTAKA	 76
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis kelamin	32
Tabel 3.2 Usia	32
Tabel 3.3 Pekerjaan	32
Tabel 3.4 Mengetahui Peraturan dasar berlalu-lintas	32
Tabel 3.5 Mentaati peraturan lalu-lintas	33
Tabel 3.6 Siapa yang bertanggung jawab terhadap ketertiban	33
Tabel 3.7 Keadaan lalu-lintas kota Bandung	33
Tabel 3.8 Pentingnya sarana jalan raya dan rambu-rambu	33
Tabel 3.9 Kebut-kebutan di jalan raya	33
Tabel 3.10 Batas kecepatan maksimal di jalan raya	34
Tabel 3.11 Melewati palang pintu perlintasan kereta api	34
Tabel 3.12 Berkendaraan sambil bermain <i>handphone</i>	34
Tabel 3.13 Menyalakan lampu mobil/motor	34
Tabel 3.14 Menyelip mobil/motor lain	34
Tabel 3.15 Mengambil jalur orang lain	35
Tabel 3.16 Menerobos lampu merah	35
Tabel 3.17 Melaju sebelum lampu hijau menyala	35
Tabel 3.18 Parkir di tempat P coret	35
Tabel 3.19 Berhenti di tempat S coret	35
Tabel 3.20 Menyeberang di zebra cross	36

Tabel 3.21 Menyeberang di jembatan penyeberangan	36
Tabel 3.22 Menerobos jalan dilarang masuk	36
Tabel 3.23 Menyeberang saat lampu merah	36
Tabel 3.24 Memiliki SIM	36
Tabel 3.25 Berkendaran dengan mudah terpacu emosi	37
Tabel 4.1 Anggaran Biaya	73

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas 2010 – 2012	19
Diagram 3.2 Kendaraan yang Terlibat Kecelakaan Lalu Lintas Tahun 2010	20
Diagram 3.3 Kendaraan yang Terlibat Kecelakaan Lalu Lintas Tahun 2011	20
Diagram 3.4 Kendaraan yang Terlibat Kecelakaan Lalu Lintas Tahun 2012	21
Diagram 3.5 Pelaku Kecelakaan Lalu Lintas Berdasarkan Usia Tahun 2010	21
Diagram 3.6 Pelaku Kecelakaan Lalu Lintas Berdasarkan Usia Tahun 2011	22
Diagram 3.7 Pelaku Kecelakaan Lalu Lintas Berdasarkan Usia Tahun 2012	23
Diagram 3.8 Pelaku Laka Lantas Berdasarkan Profesi Tahun 2010	24
Diagram 3.9 Pelaku Laka Lantas Berdasarkan Profesi Tahun 2011	25
Diagram 3.10 Pelaku Laka Lantas Berdasarkan Profesi Tahun 2012	26
Diagram 3.11 Pelaku Laka Lantas Faktor Pengemudi Tahun 2010	27
Diagram 3.12 Pelaku Laka Lantas Faktor Pengemudi Tahun 2011	28
Diagram 3.13 Pelaku Laka Lantas Faktor Pengemudi Tahun 2012	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 <i>Don't talk while she drives</i>	37
Gambar 3.2 <i>Too Late to Put On Your Helmet</i>	39
Gambar 4.1 Logo Selantas	49
Gambar 4.2 Poster Conditioning	55
Gambar 4.3 Poster Informing	57
Gambar 4.4 Poster Event	59
Gambar 4.5 Poster Reminding	60
Gambar 4.6 Billboard	61
Gambar 4.7 Notebook	62
Gambar 4.8 Website Homepage	63
Gambar 4.9 Website Community	63
Gambar 4.10 Website Contact Us	64
Gambar 4.11 Website Info Traffic	64
Gambar 4.12 X-Banner	66
Gambar 4.13 Umbul-Umbul	67
Gambar 4.14 Stand Booth	68
Gambar 4.15 Peta Lokasi	68
Gambar 4.16 Stiker	69
Gambar 4.17 Kaos Panitia	70
Gambar 4.18 Name Tag	71
Gambar 4.19 Gantungan Kunci	72