

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE KEGIATAN “SUNMORI” BAGI KOMUNITAS MOTOR DI JAWA BARAT

Oleh
Jonathan Christian
NRP 1464065

Jawa Barat merupakan salah satu kawasan yang memiliki banyak sekali keindahan alam dan wisata alamnya yang indah. *SUNMORI* merupakan kegiatan *touring* bagi para komunitas motor pada setiap hari minggu pagi. Kegiatan *SUNMORI* ini seringkali disalah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab sebagai arena dan ajang kebut-kebutan sehingga kegiatan *SUNMORI* yang awalnya merupakan kegiatan *touring* dan wisata alam menjadi kegiatan yang negatif.

Oleh karena itu, tujuan akhir dari perancangan ini adalah untuk menyadarkan para pengguna dan penyuka kendaraan roda dua bermotor terutama yang sering mengikuti kegiatan *SUNMORI* bahwa kebut-kebutan itu dapat merugikan diri sendiri dan lingkungan sekitarnya sehingga dapat mengembalikan persepsi bahwa kegiatan *SUNMORI* yaitu merupakan kegiatan *touring* wisata alam melainkan bukan ajang kebut-kebutan.

Pemecahan masalah tersebut dapat diselesaikan dengan membuat sebuah kampanye yang dapat memberikan keseluruhan informasi secara lengkap di sosial media seperti *Youtube*, *Instagram*, dan juga *Facebook*. Kampanye yang dirancang dengan gaya visual yang menarik berupa foto dan ilustrasi, mudah digunakan. Selain media sosial sebagai media utamanya, digunakan juga media promosi sebagai media pendukung berupa *x-banner*, iklan di media cetak, dan *billboard*. Melalui perancangan kampanye ini diharapkan masyarakat tidak lagi melakukan kebut-kebutan pada saat mengikuti kegiatan *SUNMORI* melainkan menikmati pemandangan dan perjalanannya.

Kata Kunci : *fotografi; ilustrasi; media sosial; Jawa Barat; kampanye*

ABSTRACT

“SUNMORI” CAMPAIGN DESIGN FOR MOTORCYCLE COMMUNITY IN WEST JAVA

Submitted by
Jonathan Christian
NRP 1464065

West Java has a lot of beautiful places. SUNMORI is a touring activity for motorbike communities every Sunday morning. SUNMORI is often misused by irresponsible parties as an arena and competition event so that SUNMORI's activities which were initially touring and natural tourism activities became negative activities.

Therefore, the goal of this design is to make users and fans of two-wheeled motorized vehicles realize the activities of SUNMORI which can endanger themselves and their surrounding environment so that they can restore the perception that SUNMORI activities are tour activities and enjoy the ride.

The problem can be solved by creating a campaign that can provide complete information on social media such as Youtube, Instagram and Facebook. Campaign designed with attractive visual. The visuals combined photos and illustrations. Social media as the main media, promotional media are also used as supporting media like x-banners, advertisements in print media, and billboards. Goal in this campaign is change people's mindset for enjoy the ride and not for race.

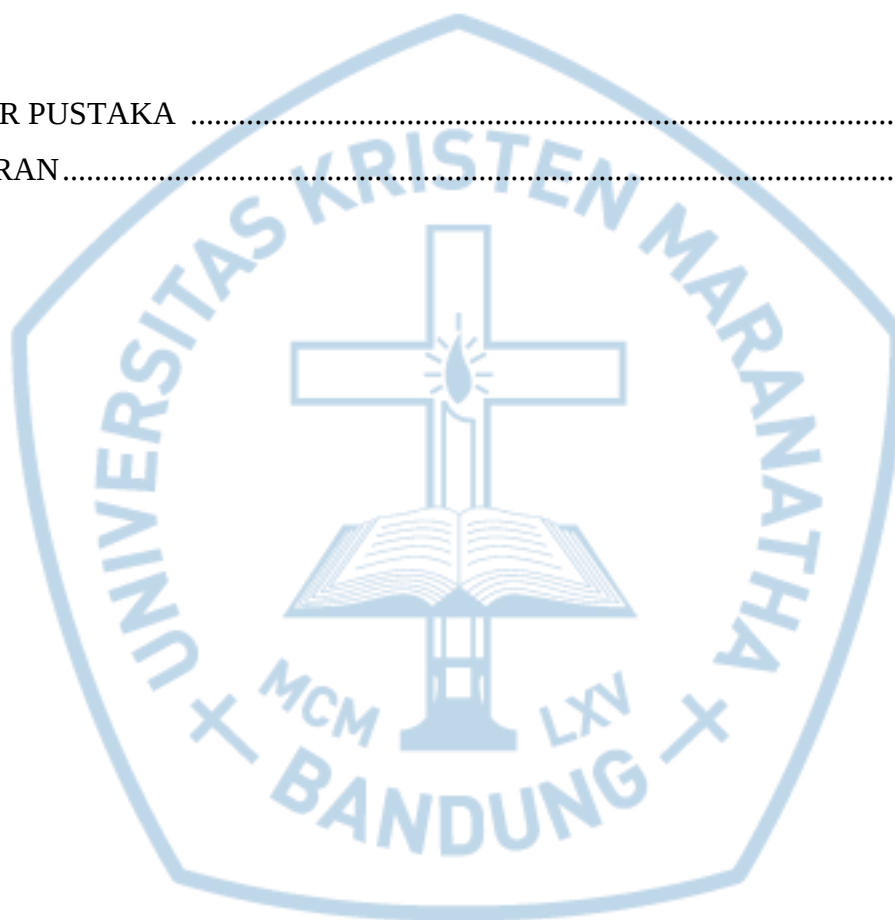
Key word : photography; ilustration; social media; West Java; campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II : LANDASAN TEORI	 5
2.1 Pengertian Kampanye	5
2.2 Pengertian Kebut-kebutan	5
2.3 Pengertian Poster	5
2.4 Pengertian Fotografi.....	6
2.5 Ilustrasi.....	6
2.5.1 Fungsi Ilustrasi.....	7

2.5.2 Jenis-jenis Ilustrasi.....	7
2.5.3 Teknik Ilustrasi	8
2.6 Pengertian Strategi AISAS.....	8
2.7 Teori Ikatan Sosial (<i>Social Bonds Theory</i>)	9
 BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS	11
3.1 Lembaga Terkait	11
3.1.1 Motorbaik	11
3.1.2 Polda Jawa Barat	12
3.2 Data dan Fakta.....	14
3.2.1 Berita Artikel	14
3.2.2 Wawancara	16
3.2.3 Kuisisioner	21
3.2.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	26
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	28
3.3.1 STP Promosi.....	29
3.3.2 Analisis SWOT	29
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	31
4.1 Konsep Komunikasi	31
4.2 Konsep Kreatif	31
4.2.1 Konsep Verbal.....	31
4.2.2 Konsep Visual	31
4.2.3 Konsep Warna.....	33
4.2.4 <i>Typeface</i> / Tipe huruf yang digunakan.....	34
4.2.5 <i>Creative Brief</i>	35
4.3 Konsep Media	37
4.4 Hasil Karya.....	39
4.4.1 Logo Kampanye	39

4.4.2	<i>Key visual Instagram dan Facebook</i>	41
4.5	<i>Budgeting</i>	47
BAB V : PENUTUP		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		53

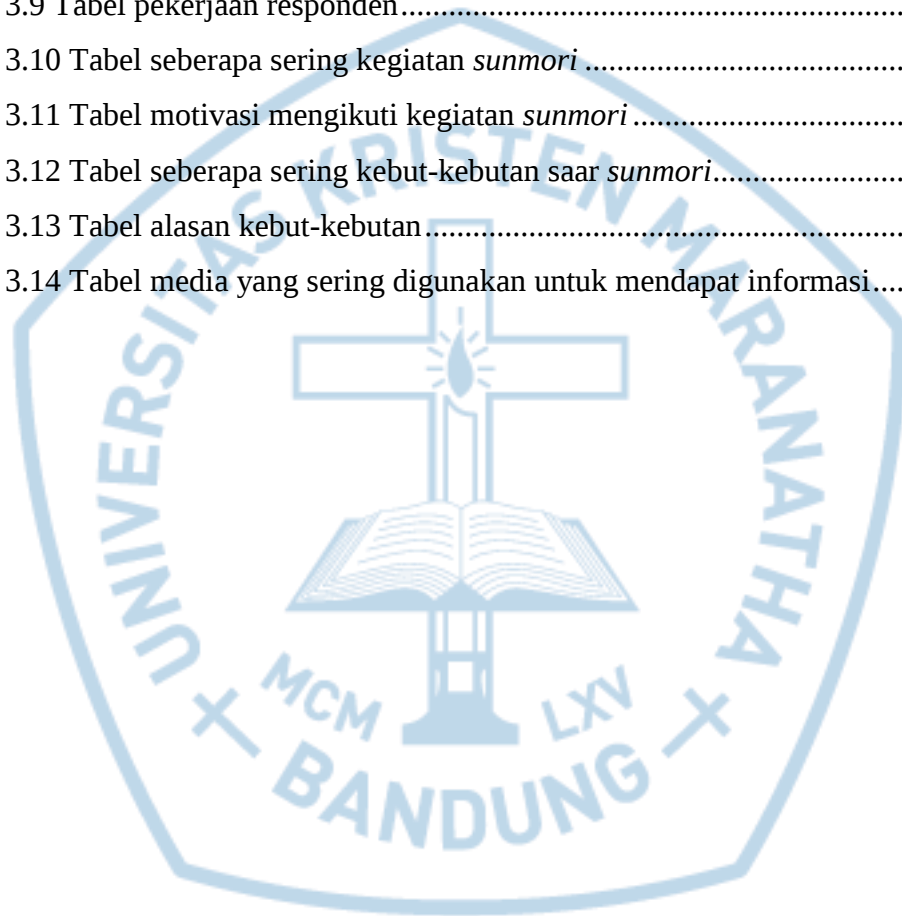


DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Motorbaik.....	11
Gambar 3.2 Logo Polda Jawa Barat.....	12
Gambar 4.1 Referensi untuk karya penulis	32
Gambar 4.2 Warna-warna dalam perancangan desain kampanye	33
Gambar 4.3 Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan kampanye	34
Gambar 4.4 Timeline perancangan kampanye.....	39
Gambar 4.5 Logo kampanye	40
Gambar 4.6 Warna logo kampanye.....	41
Gambar 4.7 <i>Attention</i>	42
Gambar 4.8 <i>Photobooth</i>	43
Gambar 4.9 <i>Attention</i> yang akan diangkat pada media instagram dan facebook.....	44
Gambar 4.10 <i>Mock up</i> yaang akan diangkat pada konten instagram.....	44
Gambar 4.11 <i>Interest</i>	45
Gambar 4.12 <i>Storyboard</i> video promosi kampanye	45
Gambar 4.13 <i>Search</i> #YUKSUNMORI	46
Gambar 4.14 <i>Search</i> #YUKSAFETYRIDING	46
Gambar 4.15 <i>Search</i> #SUNMORITU	47
Gambar 4.16 <i>Action</i>	48
Gambar 4.17 Desain <i>X-banner</i>	49
Gambar 4.18 Desain pada media luar ruang.....	50

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 3.3 Tabel Data Lakalantas roda dua pada tahun 2015.....	19
Gambar 3.4 Tabel Data Lakalantas roda dua pada tahun 2016.....	19
Gambar 3.5 Tabel Data Lakalantas roda dua pada tahun 2017.....	20
Gambar 3.6 Tabel Data Lakalantas roda dua pada tahun 2018.....	20
Gambar 3.7 Tabel usia responden.....	24
Gambar 3.8 Tabel kota asal responden	24
Gambar 3.9 Tabel pekerjaan responden.....	25
Gambar 3.10 Tabel seberapa sering kegiatan <i>sunmori</i>	26
Gambar 3.11 Tabel motivasi mengikuti kegiatan <i>sunmori</i>	27
Gambar 3.12 Tabel seberapa sering kebut-kebutan saat <i>sunmori</i>	28
Gambar 3.13 Tabel alasan kebut-kebutan.....	29
Gambar 3.14 Tabel media yang sering digunakan untuk mendapat informasi.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Sketsa Logo	xv
LAMPIRAN B Sketsa Tampilan key visual media sosial	xvi

