

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE INFORMASI ETIKA PADA TRANSPORTASI KERETA REL LISTRIK DI JABODETABEK

Oleh:

M.Fakhri Iqbal
1464101

Berkembangnya transportasi umum di Indonesia menjadi semakin baik dan lebih *modern* membuat masyarakat langsung memakai transportasi umum untuk keperluan sehari-hari. Khususnya Jakarta, dimana letak ibukota ini sudah ada transportasi umum berjenis kereta yang melintas antar daerah kota Jakarta seperti Kereta Rel Listrik (KRL). Namun sangat disayangkan masyarakat yang menggunakan transportasi umum tersebut tidak menjaga fasilitas dan tidak memiliki sikap atau etika dengan baik sehingga berdampak mengganggu kenyamanan penumpang lainnya dan kinerja *staff* transportasi publik itu sendiri.

Tujuan perancangan kampanye informasi ini adalah menariknya perhatian target pengguna dengan penyampaian informasi seputar etika yang baik serta menaati peraturan yang berlaku pada saat menggunakan transportasi umum ini khususnya Kereta Rel Listrik (KRL), serta mengajak masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam transportasi umum dan mengurangi tingkat kecelakaan. Menggunakan media yang tepat sehingga informasi etika ini bisa tersampaikan khususnya kepada target pengguna seperti mahasiswa agar bisa memiliki etika yang baik ketika menggunakan transportasi umum ini.

Dengan pendekatan pesan yang akrab dan berciri budaya lokal membuat pesan informasi ini bisa langsung dimengerti khususnya oleh target pengguna, membuat visual yang memiliki unsur komedi serta sindiran agar pengguna transportasi KRL lebih sadar tentang etika dan tata krama, dengan penggunaan bahasa betawi membuat pesan tersebut bisa lebih mudah di mengerti dan tepat digunakan di daerah wilayah target pengguna. Penyampaian informasi ini dibuat secara beragam agar pesan tersebut bisa memiliki banyak manfaat dan berdampak positif bagi semua penumpang Kereta Rel Listrik maupun transportasi umumlainnya.

Kata kunci : Etika, Kampanye, Kereta Rel Listrik, Transportasi umum

ABSTRACT

DESIGN OF ETHICAL INFORMATION CAMPAIGN COMMUTER RAIL TRANSPORTATION IN JABODETABEK

Submitted by :
M.Fakhri Iqbal
1464101

The development of public transportation in Indonesia is getting better and modern, making people directly use public transportation for their daily use. Especially in Jakarta, where the capital city is located, there are public transportation types of trains that cross between Jakarta city areas such as the Commuter Rail (KRL). However, it is very unfortunate that people who use public transportation do not maintain facilities and don't have an attitudes or ethics so that they affect the comfort of other passengers and the performance of the public transportation staff themselves.

The purpose of designing this information campaign is to attract the attention of target users by submitting information about good ethics and adhering to the applicable regulations when using public transportation, especially the Commuter Rail (KRL), and inviting the public to be more careful and reducing levels of accident. Using the right media so that ethical information can be conveyed especially to target users such as students, they can have good ethics when using this public transportation.

With a message approach that is familiar and characterized by local culture, this information message can be directly understood, especially by target users, making visuals that have comedy and innuendo elements so that Commuter Rail users are more aware of ethics and manners, with the use of the Betawi language to make the message more easy to understand and right for use in the target area of the user. Submission of this information is made in a variety of ways so that the message can have many benefits and have a positive impact on all passengers of the Electric Rail Train and other public transportation.

Key word : Campaign, Commuter Rail, Ethical, Public transportation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	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.....	5
2.1 Definisi kampanye	5
2.1.1 Definisi kampanye informasi.....	6
2.1.2 Jenis-jenis kampanye	8
2.1.3 Fungsi kampanye	8
2.1.4 Tujuan kampanye.....	9
2.1.5 Proses perancangan kampanye	9
2.2 Definisi etika.....	10
2.3. Definisi komunikasi	11
2.3.1 Tujuan komunikasi.....	12
2.3.2 Efek komunikasi	12

2.4 Definisi komunikasi massa	12
2.5 Definisi transportasi umum.....	13
2.5.1 Peran transportasi umum dalam kehidupan masyarakat.....	14
2.5.2 Manfaat transportasi umum	14
2.6 Konsep AISAS.....	16
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	18
3.1 Lembaga terkait	18
3.1.1 PT.KAI Commuter Jabodetabek.....	18
3.1.2 Penyandang Dana Kampanye	20
3.2 Data dan fakta	21
3.2.1 Hasil Observasi	21
3.2.2 Hasil wawancara	22
3.2.3 Hasil studi pustaka	23
3.2.4 Hasil data kuisisioner.....	24
3.2.5 Tinjauan karya sejenis.....	31
3.3 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	32
3.3.1 Analisis SWOT dari kampanye.....	32
3.4 Analisis STP.....	33
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	34
4.1 Konsep komunikasi.....	34
4.2 Konsep kreatif.....	35
4.3 Konsep media.....	37
4.4 Hasil karya	39
4.4.1 Identitas (logo)	39
4.4.2 <i>Attention & Interest</i>	42
4.4.3 <i>Search & Action</i>	53
4.4.4 <i>Share</i>	68
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74

5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Logo resmi PT KAI Commuter Jabodetabek.....	18
Gambar 3.2 Logo GOJEK.....	20
Gambar 3.3 Diagram jenis kelamin responden.....	24
Gambar 3.4 Diagram usia responden.....	24
Gambar 3.5 Diagram status pendidikan responden	25
Gambar 3.6 Diagram penghasilan 1 bulan responden	25
Gambar 3.7 Diagram responden pengguna transportasi umum KRL	26
Gambar 3.8 Diagram arah tujuan responden	26
Gambar 3.9 Diagram psikografis responden ketika didalam gerbong KRL.....	27
Gambar 3.10 Diagram data responden bertemu dengan penyimpangan etika.....	27
Gambar 3.11 Diagram data responden yang tahu etika secara dasar.....	28
Gambar 3.12 Diagram responden melihat kejadian penyimpangan etika	28
Gambar 3.13 Diagram responden tentang kenyamanan dan keselamatan.....	29
Gambar 3.14 Diagram responden perlunya kampanye seputar etika.....	29
Gambar 3.15 Diagram media sosial yang sering dipakai responden.....	30
Gambar 3.16 Visual kampanye etika di transportasi umum asal Tokyo	31
Gambar 4.1 Tipografi 1.....	35
Gambar 4.2 Tipografi 2.....	36
Gambar 4.3 Warna utama	36
Gambar 4.4 Logo Kampanye.....	39
Gambar 4.5 Warna Logo Kampanye	40
Gambar 4.6 Logo Kampanye pada latar gelap.....	40
Gambar 4.7 Logo kampanye <i>black and white</i> dan <i>white on black</i>	41
Gambar 4.8 <i>Scale Logo</i> kampanye	41
Gambar 4.9 <i>Key Visual 1 Attention & Interest</i>	43
Gambar 4.10 <i>Key Visual 2 Attention & Interest</i>	44
Gambar 4.11 <i>Key Visual 3 Attention & Interest</i>	45
Gambar 4.12 <i>Key Visual 4 Attention & Interest</i>	46

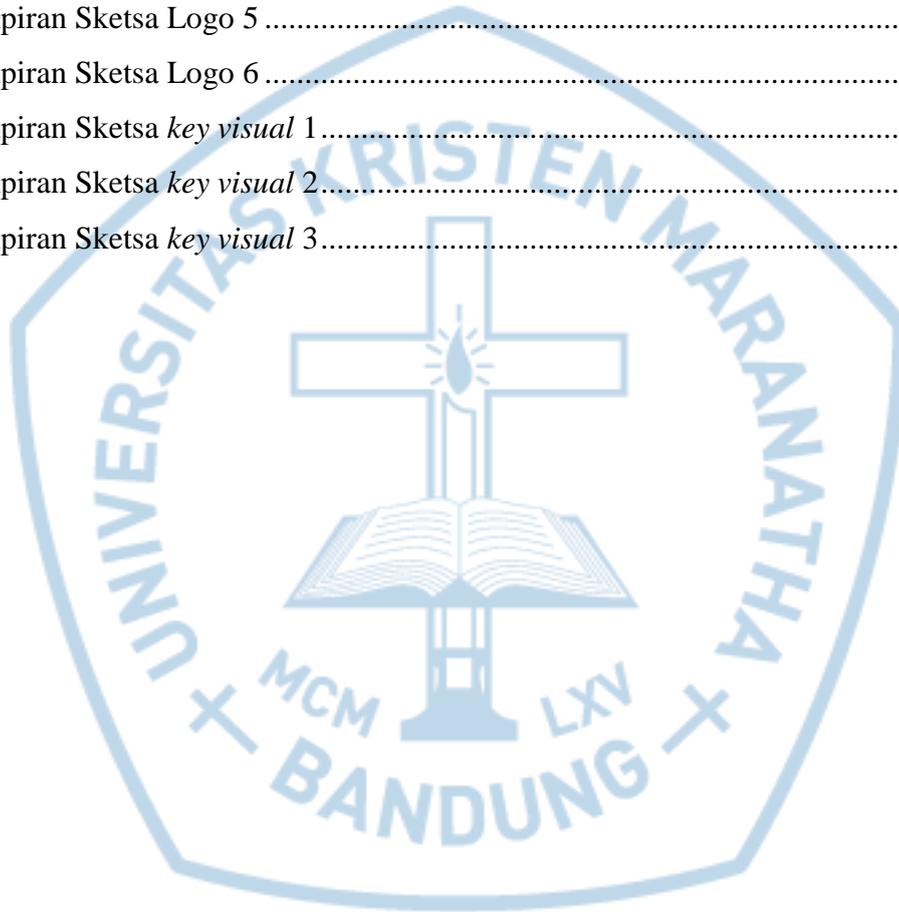
Gambar 4.13 <i>Mockup Instagram, Facebook dan Line Attention dan Interest</i>	47
Gambar 4.14 <i>Mockup Web banner Attention dan Interest</i>	47
Gambar 4.15 <i>Mockup youtube video motion Attention dan Interest</i>	48
Gambar 4.16 <i>Storyboard video motion Attention dan Interest</i>	48
Gambar 4.17 <i>Mockup Billboard Attention dan Interest</i>	49
Gambar 4.18 <i>Mockup Standing banner Attention dan Interest</i>	49
Gambar 4.19 <i>Mockup Mini banner Attention dan Interest</i>	50
Gambar 4.20 <i>Mockup Neon box Attention dan Interest</i>	50
Gambar 4.21 <i>Mockup Video box kereta Attention dan Interest</i>	51
Gambar 4.22 <i>Storyboard motion video box kereta Attention dan Interest</i>	51
Gambar 4.23 <i>Mockup Poster di stasiun Attention dan Interest</i>	52
Gambar 4.24 <i>Mockup Poster di kereta Attention dan Interest</i>	52
Gambar 4.25 <i>Key visual 1 Search & Action</i>	54
Gambar 4.26 <i>Key visual 2 Search & Action</i>	55
Gambar 4.27 <i>Key visual 3 Search & Action</i>	56
Gambar 4.28 <i>Key visual 4 Search & Action</i>	57
Gambar 4.29 <i>Mockup Instagram, Facebook dan line Search & Action</i>	58
Gambar 4.30 <i>Mockup banner Ads Search & Action</i>	58
Gambar 4.31 <i>Mockup Youtube video motion Search & Action</i>	59
Gambar 4.32 <i>Storyboard video motion Search & Action</i>	59
Gambar 4.33 <i>Mockup billboard Search & Action</i>	60
Gambar 4.34 <i>Mockup standing banner Search & Action</i>	60
Gambar 4.35 <i>Mockup mini banner Search & Action</i>	61
Gambar 4.36 <i>Mockup Neon box Search & Action</i>	61
Gambar 4.37 <i>Mockup Video box kereta Search & Action</i>	62
Gambar 4.38 <i>Storyboard Video motion di video box kereta Search & Action</i>	62
Gambar 4.39 <i>Mockup Majalah Search & Action</i>	63
Gambar 4.40 <i>Mockup koran Search & Action</i>	63
Gambar 4.41 <i>Mockup poster di stasiun Search & Action</i>	64
Gambar 4.42 <i>Mockup poster di kereta Search & Action</i>	64
Gambar 4.43 <i>Mockup Ceiling panel Search & Action</i>	65
Gambar 4.44 <i>Mockup Footstep di stasiun Search & Action</i>	65

Gambar 4.45 <i>Mockup</i> Tangga di stasiun <i>Search & Action</i>	66
Gambar 4.46 <i>Mockup</i> Busway <i>Search & Action</i>	66
Gambar 4.47 <i>Mockup</i> Angkutan umum <i>Search & Action</i>	67
Gambar 4.48 <i>Mockup</i> Ojek online <i>Search & Action</i>	67
Gambar 4.49 <i>Key visual</i> 1 <i>Share</i>	68
Gambar 4.50 <i>Key visual</i> 2 <i>Share</i>	69
Gambar 4.51 <i>Key visual</i> 3 <i>Share</i>	69
Gambar 4.52 <i>Mockup</i> Instagram, Facebook dan line <i>Share</i>	70
Gambar 4.53 <i>Mockup</i> merchandise e-Money	70
Gambar 4.54 <i>Mockup</i> merchandise tote bag dan topi	71
Gambar 4.55 <i>Mockup</i> merchandise keychain dan sticker.....	71



LAMPIRAN

Lampiran Sketsa <i>storyboard</i>	78
Lampiran Sketsa Nama kampanye dan logo.....	79
Lampiran Sketsa Logo 1	80
Lampiran Sketsa Logo 2	81
Lampiran Sketsa Logo 3	82
Lampiran Sketsa Logo 4	83
Lampiran Sketsa Logo 5	84
Lampiran Sketsa Logo 6	85
Lampiran Sketsa <i>key visual</i> 1.....	86
Lampiran Sketsa <i>key visual</i> 2.....	87
Lampiran Sketsa <i>key visual</i> 3.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel <i>timeline</i> Januari – April.....	38
Tabel 4.2 Tabel <i>timeline</i> Mei – Agustus.....	38
Tabel 4.3 Tabel <i>timeline</i> September – Desember.....	39
Tabel 4.4 Tabel <i>budgeting</i> 1.....	72
Tabel 4.5 Tabel <i>budgeting</i> 2.....	73

