**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Eka Putra Yanuar Hardiansyah

NRP : 146010029

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judaul Skripsi / Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Sosial Aktifitas Jalan

Kaki

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing 1 : Dr. H. Waska Warta,. M.M \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pembimbing 2 : Tata Kartasudjana,. M.Ds \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ditetapkan di :

Tanggal :

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Waska Warta,. M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Tata Kartasudjana,. M.Ds selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Fadhly Abdillah, M. Ds selaku Kordinator Tugas Akhir Universitas Pasundan Bandung.
4. Pihak Dinas Pekerjaan umum dan Penataan Ruang Kota Bandung, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
5. Pihak Komunitas *Aleut* yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
6. Kedua orang tua, Wawan Juansyah dan Sri Hardini, yang senantiasa memberikan dukungan dan do’a yang terus diberikan kepada penulis, sehingga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
7. Kepada teman – teman sejagad, senasib, dan seperjuangan yang telah memberikan bantuan sedikit maupun banyak kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas akhir ini.
8. Dan kepada teman – teman penulis lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu atas do’a dan motivasinya kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga apa yang telah dibuat dalam Tugas Akhir ini memiliki nilai serta manfaat kedepannya.

Bandung, 23 Januari 2018

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

##### **TUGAS AKHIR UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Putra Yanuar Hardiansyah

NPM : 146010029

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Departemen : Universitas Pasundan

Fakultas : Fakultas Ilmu Seni dan Sastra

Jenis Karya : Skripsi/Pengkaryaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

……………………………………………………………………………………...

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada Tanggal :

Yang menyatakan

( ……………………………… )

**ABSTRAK**

**PERANCANGAN KAMPANYE**

**AKTIFITAS JALAN KAKI**

Oleh

**Eka Putra Yanuar Hardiansyah**

**NRP : 146010029**

**(Desain Komunikasi Visual – Fakultas Ilmu Seni dan Sastra – Universitas Pasundan)**

Aktivitas jalan kaki mulai ditinggalkan, karena kebanyakan orang sekarang lebih memilih menggunakan cara yang lebih praktis dan cepat untuk menempuh tujuan yang akan mereka tuju sehingga akibatnya masyarakat menjadi terlalu bergantung terhadap alat transportasi, sehingga jalanan semakin padat dan mengakibatkan aktifitas jalan kaki jadi terlupakan. Jalan kaki sendiri juga sebenarnya adalah budaya yang sudah ada sejak zaman dahulu, bahkan beberapa negara maju sekalipun masih menggunakannya dalam melakukan aktivitas sehari-harinya, karena selain memiliki dampak yang baik bagi kesehatan tubuh, jalan kaki juga memberikan dampak yang baik bagi lingkungan sekitar, dengan memilih untuk berjalan kaki daripada memakai kendaraan pribadi dapat mengurangi angka kemacetan dan membuat kota menjadi lebih hidup. Maka dari itu perlu adanya aktifitas perancagan kampanye sosial mengenai jalan kaki untuk menginformasikan seberapa pentingnya aktifitas ini kepada masyarakat Kota Bandung. Untuk memudahkan mendapatkan data pada perancangan ini digunakan metode pendekatan penelitian *Mixed Methods* dengan instrument penelitian observasi, kuesioner, dan wawancara. Perancangan kampanye social ini bertujuan untuk meningkatkan minat serta ketertarikan warga Kota Bandung akan aktifitas jalan kaki.

**Kata Kunci** : Kampanye, Jalan Kaki, Kota Bandung.

***ABSTRACT***

***DESIGNING CAMPAIGN OF***

***WALKING ACTIVITY***

By

**Eka Putra Yanuar Hardiansyah**

**NRP : 146010029**

**(Visual Communication Design – Faculty of Art and Literature – Pasundan University)**

*Walking activity is begin to abandoned, because of many people now choose to using more practical and fastest way to go to their destination so that affect society to become more rely on to transportation, and because of that roadway become more crowded and make walking activity be forgotten. Walking actually is a culture that has been exist since long time ago, even some advanced country still doing this on their daily lives, because not only give the good effect on our healthy body, walking also can impact our surrounding to be better, when choosing walking than using personal transportation that can reduce traffic jamming and make city become more lively. Then there should be a campaign activity about walking to give information how important this activity to people of Bandung City. To make collecting data more easily for this design will be using approaching research Mix Methods with instrument research such as observation, questionnaire, and interview. This campaign design is intend to increasing interest of people Bandung City to walking activity.*

***Keywords*** *: Campaign, Walking, Bandung City.*

**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH vi

ABSTRAK vii

*ABSTRACT* viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah 3

1.3. Rumusan Masalah 3

1.4. Batasan Masalah 3

1.5. Manfaat dan Tujuan 4

1.6. *Mind Mapping* / Struktur Berfikir Penelitian 5

1.7. Metode Penelitian 6

1.8. Sistematika Penulisan 6

**BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Kampanye 8

2.1.1. Pengertian Kampanye 8

2.1.2. Fungsi dan Tujuan Kampanye 8

A. Fungsi Kampanye 9

B. Tujuan Kampanye 9

2.1.3. Jenis-Jenis Kampanye 10

2.1.4. Persuasi Dalam Kampanye 11

A. Aspek Persuasi Dalam Kampanye 11

B. Strategi Persuasi Dalam Kampanye 11

2.1.5. Pesan Kampanye 12

2.1.6. Media Kampanye 13

2.1.7. Khalayak Sasaran 14

A. Segmentasi 14

B. Targeting 14

2.2. Aktifitas Fisik 15

2.3. Aktifitas Jalan Kaki 15

2.3.1. Manfaat Berjalan Kaki 16

2.3.2. Fasilitas Pejalan Kaki 16

2.4. Desain Komunikasi Visual 17

2.4.1. Ilustrasi 17

2.4.2. Tipografi 18

2.4.3. Layout 18

**BAB III DATA DAN ANALISA**

3.1. Data 19

3.2. Analisa 20

3.2.1. *Target Audience* 20

3.2.2. Analisis SWOT 20

3.2.3. *Consumer Journey* 21

A. Studi Indikator 28

B. Referensi Visual 29

C. Referensi Desain 30

D. Referensi Media 31

E. *Mood Board* 32

3.3. *Consumer Insight* 33

3.3.1. *Keyword* 33

3.3.2. *What To Say* 33

**BAB IV KONSEP PERANCANGAN**

4.1. Strategi Komunikasi 34

4.2. Strategi Pesan 34

4.3. Strategi Kreatif 34

4.3.1. Konsep Visual 35

A. *Tone* Warna 37

B. Tipografi 37

C. Logo 38

4.3.2. Konsep Verbal 38

4.4. Konsep Media 39

4.4.1. Jadwal Media dan *Budgeting* 41

4.4.2. Aplikasi Media 44

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan 55

5.2. Saran 55

**DAFTAR PUSTAKA** 56

**LAMPIRAN** 58

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. *Mind Mapping* / Struktur Berfikir Penelitian 5

Gambar 3.1. Studi Indikator 27

Gambar 3.2. Referensi Visual 29

Gambar 3.3. Referensi Desain 30

Gambar 3.4. Referensi Media 31

Gambar 3.5. *Mood Board* 32

Gambar 4.1. Visual utama Pejalan Kaki 35

Gambar 4.2. Ikon Pikiran Negatif 36

Gambar 4.3. Jejak Kaki 36

Gambar 4.4. Elemen Grafis Perkotaan 36

Gambar 4.5. *Tone* Warna 37

Gambar 4.6. Logo *Walk Your Day* 38

Gambar 4.7. Sosial Media 44

Gambar 4.8. Billboard 44

Gambar 4.9. *Web Ads* 45

Gambar 4.10. *Website* 45

Gambar 4.11. Poster 46

Gambar 4.12. Spanduk 47

Gambar 4.13. *Ambience* 47

Gambar 4.14. *Road Banner* 48

Gambar 4.15. TVC 48

Gambar 4.16. *Event* 49

Gambar 4.17. Brosur 50

Gambar 4.18. *Merchendise* 51

Gambar 4.19. Aplikasi 52

Gambar 4.20. Poster *Reminder* 53

Gambar 4.21. Billboard *Reminder* 54

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1. Tabel *Target Audience* 1 22

Tabel 3.2. Tabel *Target Audience* 2 23

Tabel 3.3. Tabel *Target Audience* 3 24

Tabel 3.4. Tabel Penggunaan Media Utama 26

Tabel 3.5. Tabel Penggunaan Media Pendukung 26

Tabel 4.1. Tabel Tahapan Media 40

Tabel 4.2. Jadwal Media 41

Tabel 4.3. Tabel *Budgeting* 42