

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
TERTIBKAN TARIF PARKIR ILEGAL
DI KOTA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



Diajukan Oleh:

Puput Fuadi

NIM 1012082024

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	4.244/H/S/2013
KLAS	
TERIMA	29-08-2013 TTD CM P

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
TERTIBKAN TARIF PARKIR ILEGAL
DI KOTA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



Diajukan Oleh:

Puput Fuadi

NIM 1012082024



PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DISAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2013



**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
TERTIBKAN TARIF PARKIR ILEGAL
DI KOTA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA DESAIN



Diajukan Oleh:

Puput Fuadi

NIM 1012082024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat utama
memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam bidang
Disain Komunikasi Visual

2013

Tugas Akhir Karya Desain berjudul PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIBKAN TARIF PARKIR ILEGAL DI KOTA YOGYAKARTA, Diajukan oleh Puput Fuadi, NIM 1012082024, Program Studi Disain Komunikasi Visual Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta telah dipertanggungjawabkan didepan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 2 Juli 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn

NIP. 19660404 199203 1 002

Pembimbing II/ Anggota



Drs. Wibowo, M.Sn

NIP. 19570318 198703 1 002

Cognate/ Anggota



Novi Mayasari, S.H., LL.M.

NIP. 19820405 200604 2 001

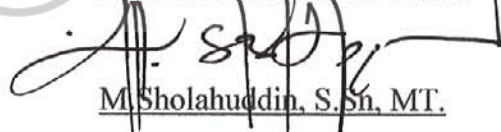
Ketua Program Studi DKV/ Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP. 19650209 199512 1 001

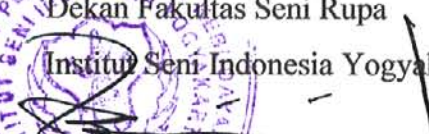
Ketua Jurusan Disain/ Ketua




M. Sholahuddin, S.Sn, MT.

NIP. 19701019 199903 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir dengan judul:
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIBKAN TARIF PARKIR
ILEGAL DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang dibuat untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejauh yang saya ketahui bukan merupakan plagiasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah ada atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Juni 2013

Puput Fuadi

NIM. 1012082024



“Optimis, karena hidup terus mengalir dan kehidupan terus berputar”

***“Mulailah kegiatan dari kegiatan yang tidak kamu sukai”
(Joko Hartanto, Concept)***

PERSEMBAHAN



Karya ini dipersembahkan untuk:

Ayah dan Ibu terima kasih atas doanya, kasih sayang, pengorbanan, bimbingan, dan motivasi yang telah diberikan.

Kedua Kakakku tercinta, yang selalu memberi warna dalam perjalanan sampai saat ini.

Dan seluruh kerabat yang mendukung semua kegiatan dari awal hingga terselesaikannya perancangan ini.

ABSTRAK

Puput Fuadi

Perancangan Kampanye Sosial Tertibkan Tarif Parkir Ilegal Di Kota Yogyakarta

Sosialisasi tentang masalah parkir terutama tarif parkir di wilayah Kota Yogyakarta jarang disosialisasikan. Kurangnya perhatian pemerintah terhadap kondisi parkir menambah buruknya masalah. Retribusi parkir jika dikelola akan menghasilkan nominal guna menambah sumber Pendapatan Asli Daerah. Kota Yogyakarta terdapat ratusan titik parkir dan dikelola ribuan juru parkir resmi maupun juru parkir liar. Bersamaan dengan meningkatnya penggunaan kendaraan tidak jarang tempat parkir merupakan penyebab utama terjadinya kemacetan. Secara umum, masyarakat yang beraktifitas di kota kurang memahami tempat-tempat larangan parkir. Lebih parah lagi, para petugas parkir justru mengarahkan dan melegalkan para pengguna kendaraan untuk menempati daerah larangan parkir. Slogan “Jogja Berhati Nyaman” sebagai simbol kota Yogyakarta yang nyaman, asri dan kondusif nampaknya patut dipertanyakan kembali. Di setiap sudut jalan di Kota Yogyakarta dipungut untuk membayar retribusi parkir dua kali lipat dari biasanya. Masyarakat yang dahulunya nyaman dengan istilah itu, kini terusik dengan mahalnya retribusi parkir di tempat umum yang harus mereka tanggung. Carut marut pengawasan dan manajemen perparkiran merupakan permasalahan yang serius untuk di jadikan bahan evaluasi.

Perancangan Kampanye Sosial ini mencoba menyampaikan pesan dengan cara menyesuaikan obyek perancangan dengan gaya hidup dan keseharian *Target Audience*. Perancangan ini menggunakan metode analisis *Target Audience* yang meliputi Personifikasi *Target Audience*, *Consumer Journey*, *Consumer Insight* serta dipertajam dengan 5W + 1H (*What, Who, Why, Where, When, dan How*). Kegiatan kampanye ini tidak berhenti pada kontak media kampanye saja, namun memberi dampak dan berlanjut pada keseharian *Target Audience*.

Lewat perancangan ini, dapat membuka wawasan secara detail bagaimana mendekati diri dan mempelajari perilaku dari *Target Audience* yang ada di Kota Yogyakarta. *Target Audience* dijadikan sumber utama dalam melakukan analisis untuk mewujudkan konsep media dan konsep kreatif dari media-media kampanye yang nantinya akan digunakan. Sehingga media-media yang terpilih dapat bersinergi dengan gaya hidup dan keseharian *Target Audience*.

Disain Komunikasi Visual (DKV) memiliki kontribusi yang besar dalam pembelajaran dan penerapan ilmu dalam dunia nyata. Dalam keilmuan DKV tidak lepas dari keberadaan masyarakat. Masyarakat menjadi bagian yang nyata dalam menyampaikan dan menerima pesan verbal dan visual melalui media-media yang digunakan. Melalui media DKV, sikap dan gaya hidup dari *Target Audience* dapat dirubah. Oleh karena itu, ilmu DKV mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menerjemahkan pikiran, pola dan tingkah laku *Target Audience* dalam bentuk visual.

Kata Kunci: Kampanye Sosial, Tarif Parkir Ilegal, *Target Audience*, Kota Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipersembahkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat, barokah dan inayah yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir yang berjudul PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERTIBKAN TARIF PARKIR ILEGAL DI KOTA YOGYAKARTA sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Usaha dan perjuangan telah dilakukan demi dedikasi yang tinggi akan dunia pendidikan. Perancangan ini diharapkan memberikan kontribusi dari segi informasi yang memberi dampak positif pada masyarakat yang senantiasa mempergunakan informasi dari perancangan ini sebagai referensi dalam dunia pendidikan.

Sedikit hal mengenai perancangan ini, berasal dari ketertarikan penulis terhadap permasalahan yang bersifat sosial yang jarang disosialisasikan kepada masyarakat. Dari penelitian perancangan tersebut kita kaji secara detail mengenai permasalahan tentang tarif parkir ilegal untuk dijadikan perancangan komunikasi visual yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang kita teliti. Sehingga keluaran dari hasil perancangan yang berupa media- media kampanye ini dapat menginformasikan sekaligus menyadarkan betapa pentingnya masalah tarif parkir ilegal.

Penulis menyadari bahwa Perancangan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk Perancangan Tugas akhir di masa mendatang. Harapan penulis semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis

Puput Fuadi

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dipersembahkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat, barokah dan inayah yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Tugas Akhir ini dapat terwujud berkat peran serta dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Ibu Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des.
2. Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak M. Sholahuddin, S.Sn, M.T.
3. Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn, atas bimbingan, arahan dan ilmu baru untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Dosen Pembimbing II, Bapak Drs. Wibowo, M.Sn, atas kesabarannya membimbing hingga akhir.
6. Keluarga tercinta, Bapak Kristanto dan Ibu Sri Rahayu yang telah melahirkan, merawat, mendidik serta memberi motivasi serta doa. Dan kedua kakakku, Yuska dan Rosa yang selalu memberi wejangan dan semangat untuk terus maju.
7. Para tim kreator multimedia Rangga Ramadhan, Bagus Lay, Bagus Subekti Wicaksono, dan Wisnu Wardoyo, senang bisa beteman dengan kalian untuk mewujudkan karya ini.
8. Juru Parkir Depan Kedaulatan Rakyat dan Juru Parkir Depan Batik Juwita, Bapak Ngadino yang membantu dalam melengkapi data.
9. Teman-teman angkatan 2010, 2009 (kalian angkatan paling bersemangat dan paling kreatif), 2008, 2007, (maaf nggak bisa sebut satu per satu nama kalian) Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

hidup diantara kalian itu membuat karya- karyaku semakin dewasa.
Terimakasih semuanya.

10. Teman- Teman Cera Production, Wawan, Rizal Kazim, Fina, terima kasih buku- bukunya dan bantuan pencerahan tentang periklanan terutama Bang Rizal dan juga Wawan atas bantuannya memberi data- data.
11. Teman- teman Tim Kreatif Djongnesia Advertising Network, Wawan, Rizal, Tika Gendut (Atmajaya), Dadang, Embe' "Samsulhadi", Ajik Amikom, Forbenyo, Ius, Ajik UNS, Wisni UNS, kalian menginspirasi dalam membuat desain, kita akan bertemu disatu ruangan lagi kelak. Amin
12. Teman- teman kampung, Mas Dedy, Om Mbudi, Mas Agus, Anto, Mas Bambang, kalian harus tetap semangat. Teman- teman musik seperjuangan, Purnawan, Okta, Surya, Tompleh, Marfuad, Fajar, Ipung, Topil, Pak Kempez, Kang Tri, Pak Kojek, kenal kalian itu sangat berharga, waktuku bisa terisi dengan permainan bersama kalian. Teman kos "Pak Djani", Anto, Alif, Ari, Didit, Fajar, Arint, Mas Dahlan, Abdul, salam hangat selalu dai saya.
13. Tetangga dan teman lama yang selalu menanyakan "kapan lulus?",
14. Dan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Perancangan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk Perancangan Tugas akhir di masa mendatang. Harapan penulis semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 18 Juni 2013

Penyusun

Puput Fuadi

NIM. 1012082024

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Perancangan	6
D. Manfaat Perancangan	6
E. Batasan Lingkup Perancangan.....	7
F. Metodologi Perancangan.....	7
1. Metode Pengumpulan Data	7
2. Instrumen Penelitian.....	8
3. Metode Analisis Data	8
4. Metode Konsep Perancangan	9
G. Sistematika Perancangan	10
H. Skematika Perancangan.....	11
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	
A. Identifikasi.....	12
1. Kampanye Sosial.....	12
a. Pengertian Kampanye Sosial	12

b. Jenis- Jenis Kampanye	13
2. Tarif Parkir Ilegal	16
a. Pengertian Tarif Parkir Ilegal	16
b. Kondisi Parkir Kota- Kota Besar di Pulau Jawa	19
c. Kondisi Geografis Kota Yogyakarta	31
d. Tempat Parkir Gratis Di Yogyakarta	32
e. Tarif Parkir Ilegal Di Yogyakarta.....	35
B. Analisis	39
1. Analisis Permasalahan (5W + 1H)	39
a. <i>What</i>	39
b. <i>Who</i>	40
c. <i>Why</i>	40
d. <i>Where</i>	41
e. <i>When</i>	41
f. <i>How</i>	41
2. Analisis <i>Target Audience</i>	41
a. Personifikasi <i>Target Audience</i>	48
b. <i>Consumer Journey</i>	49
c. <i>Consumer Insight</i>	53
3. Sintesis	53

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Media.....	57
1. Tujuan Media	58
2. Strategi Media	59
B. Konsep Kreatif.....	69
1. <i>Big Idea</i> (Tema Utama).....	69
a. <i>What to Say</i>	69
b. Konsep Kreatif Output Kampanye.....	70
2. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal	73
3. Pemilihan Bentuk Pesan Visual	73

a. Ilustrasi Gaya Desain.....	75
b. Warna	79
c. Tipografi	80
4. Pendukung Tema Perancangan	82
5. Program Penulisan Teks.....	83
C. Program Media	86
1. Media Utama	87
2. Media Pendukung.....	89
D. Skema Program Media	92
E. Biaya Media	93
F. Biaya Kreatif.....	96
G. Biaya Keseluruhan	96
BAB IV VISUALISASI	
A. <i>Keyvisual</i>	97
1. Alternatif Visual	97
2. Eksplorasi Visual.....	98
B. Logo Kampanye	99
1. Studi Visual.....	99
2. Studi Tipografi	99
3. <i>Layout</i> Logo Kampanye	100
C. Slogan Kampanye.....	101
1. <i>Layout</i> Slogan Kampanye	101
D. Poster	102
1. Poster Utama	102
a. Alternatif <i>Layout</i>	102
b. Komprehensif <i>Layout</i>	102
2. Poster Versi Parkir	103
a. Komprehensif <i>Layout</i>	103
3. Poster Versi Dilarang Parkir	104
a. Komprehensif <i>Layout</i>	104

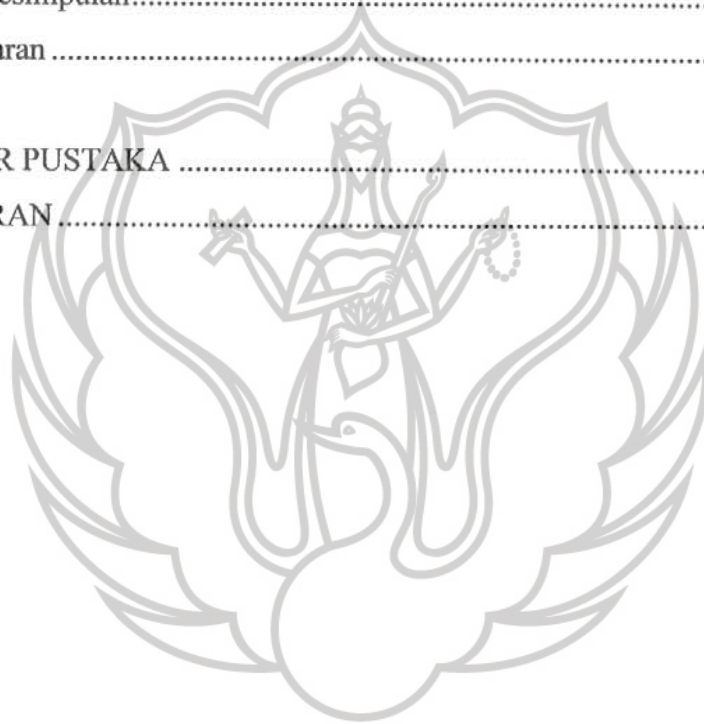
E. <i>Billboard</i>	105
1. Alternatif <i>Layout (Landscape)</i>	105
2. Komprehensif <i>Layout (Landscape)</i>	105
3. Komprehensif <i>Layout (Portrait)</i>	106
F. Iklan Majalah	107
1. Komprehensif <i>Layout</i>	107
G. Iklan Surat Kabar.....	108
1. Komprehensif <i>Layout</i>	108
H. <i>Video Streaming</i>	109
1. <i>Storyboard</i>	109
I. <i>T- Shirt</i>	110
1. Alternatif <i>Layout</i>	110
2. Komprehensif <i>Layout</i>	110
J. Final Desain.....	111
1. Poster.....	111
a. Poster Utama	111
b. Poster Versi Parkir	112
c. Poster Versi Dilarang Parkir.....	113
d. Aplikasi Poster	114
2. <i>Billboard</i>	115
a. <i>Landscape</i>	115
b. <i>Portrait</i>	115
c. Aplikasi <i>Billboard</i>	116
3. Iklan Majalah.....	117
4. Iklan Surat Kabar	118
5. <i>Transit Ad</i>	119
6. <i>Social Media</i>	121
a. <i>Facebook</i>	121
b. <i>Twitter</i>	121
7. <i>Video Streaming</i>	122
8. <i>T- Shirt</i>	123

9. Stiker	123
10. Topi	124
11. Karcis Parkir.....	124
12. Papan Informasi Tarif Parkir.....	125
13. Tutup Jok Sepeda Motor	125
14. Rompi.....	126

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	127
B. Saran	129

DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	132



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tarif retribusi menurut Perda Kota Yogyakarta No.5 tahun 2012..... 2
 Tabel 2 Analisis *Consumer Journey* 50
 Tabel 3 Skema Program Media..... 92

DAFTAR GAMBAR

Gb 1 Papan tanda standar tarif parkir di Taman Parkir Malioboro 2
 Gb 2 Contoh karcis parkir ilegal di Yogyakarta 4
 Gb 3 Program *Lifebuoy* Berbagi Sehat..... 14
 Gb 4 Kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta: Jokowi- Basuki..... 15
 Gb 5 Kampanye koin untuk keadilan kasus Prita Mulyasari 15
 Gb 6 Parkir di tepi jalan kawasan Jakarta 17
 Gb 7 Parkir di luar jalan kawasan Jogja Expo Center, Yogyakarta 18
 Gb 8 Parkir di pusat perbelanjaan Blok M, Jakarta..... 20
 Gb 9 Keluhan untuk Dinas Perhubungan Kota Surabaya 29
 Gb 10 Karcis parkir keluaran Pemkot Yogyakarta kawasan Maliboro..... 38
 Gb 11 Karcis parkir keluaran Pemkot Yogyakarta Dinas Pengelolaan Pasar 38
 Gb 12 Ngadino, juru parkir Jl. Malioboro..... 43
 Gb 13 Kurniawan 46
 Gb 14 Media Print ad, Operation Smile versi Charlie Dot 76
 Gb 15 Media Print ad, Operation Smile versi Elvis Sock..... 76
 Gb 16 Temporary Bliss, Nabhan Abdullatief Ilustration, 2011 77
 Gb 17 Data visual penempatan karcis parkir..... 78
 Gb 18 Pemilihan alternatif warna pada lingkaran warna 79
 Gb 19 Pemilihan alternatif warna oranye dengan gradasi..... 80
 Gb 20 Warna terpilih sebagai *color identity* 80
 Gb 21 Alternatif jenis huruf yang digunakan dalam *Headline* 81
 Gb 22 Alternatif jenis huruf yang digunakan dalam *bodycopy*..... 82
 Gb 23 Alternatif Visual *Keyvisual* 97
 Gb 24 Eksplorasi Visual *Keyvisual*..... 98

Gb 25 Studi Visual Logo Kampanye	99
Gb 26 Studi Tipografi Logo Kampanye.....	99
Gb 27 <i>Layout</i> Logo Kampanye	100
Gb 28 <i>Layout</i> Slogan Kampanye	101
Gb 29 Alternatif <i>Layout</i> Poster Utama.....	102
Gb 30 Komprehensif <i>Layout</i> Poster Utama	102
Gb 31 Komprehensif <i>Layout</i> Poster Versi Parkir.....	103
Gb 32 Komprehensif <i>Layout</i> Poster Versi Dilarang Parkir.....	104
Gb 33 Alternatif <i>Layout Billboard (Landscape)</i>	105
Gb 34 Komprehensif <i>Layout Billboard (Landscape)</i>	105
Gb 35 Komprehensif <i>Layout Billboard (Portrait)</i>	106
Gb 36 Komprehensif <i>Layout</i> Iklan Majalah.....	107
Gb 37 Komprehensif <i>Layout</i> Iklan Surat Kabar.....	108
Gb 38 <i>Storyboard Video Streaming</i>	109
Gb 39 Alternatif <i>Layout T- Shirt</i>	110
Gb 40 Komprehensif <i>Layout T- Shirt</i>	110
Gb 41 Final Desain Poster Utama	111
Gb 42 Final Desain Poster Versi Parkir	112
Gb 43 Final Desain Poster Dilarang Parkir.....	113
Gb 44 Aplikasi Poster	114
Gb 45 Final Desain <i>Billboard (Landscape)</i>	115
Gb 46 Final Desain <i>Billboard (Portrait)</i>	115
Gb 47 Aplikasi <i>Billboard</i>	116
Gb 48 Final Desain Iklan Majalah	117
Gb 49 Final Desain Iklan Surat Kabar	118
Gb 50 Final Desain <i>Transit Ad</i>	119
Gb 51 Final Desain <i>Social Media</i>	121
Gb 52 Final <i>Storyboard Video Streaming</i>	122
Gb 53 Final Desain <i>T- Shirt</i>	123
Gb 54 Final Desain Stiker	123
Gb 55 Final Desain Topi	124

Gb 56 Final Desain Karcis Parkir	124
Gb 57 Final Desain Papan Informasi Tarif Parkir.....	125
Gb 58 Final Desain Tutup Jok Sepeda Motor	125
Gb 59 Final Desain Rompi.....	126



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan PP No.43 tahun 1993, definisi parkir adalah menghentikan atau menaruh (kendaraan bermotor) untuk beberapa saat di tempat yang sudah disediakan (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Suatu keadaan dimana kendaraan tidak bergerak dalam jangka waktu tertentu (tidak bersifat sementara).

Pengertian itu setidaknya ada dua elemen penting di dalam hal perparkiran. Pertama ialah kegiatan menghentikan atau menaruh kendaraan, yang kedua ialah masalah tempat. Kedua elemen itu jika bebas nilai ekonomis maka sifatnya gratis atau tidak berbayar. Namun, akan berbayar jika mengandung nilai ekonomis karena melibatkan juru parkir. Juru parkir ini ialah orang yang bertugas membantu dalam mengatur tata letak, menjaga, dan mengeluarkan kendaraan di satu tempat yang sudah disediakan. Maka setiap pengendara yang memarkir kendaraan berkewajiban untuk membayar sejumlah uang ke juru parkir. Ketika si juru parkir tidak melakukan tugasnya berarti kita pun tidak berkewajiban untuk membayarnya. Juru parkir biasanya sudah digaji oleh tempat yang bersangkutan, jadi pengendara yang parkir tak perlu mengeluarkan biaya untuk itu.

Masalah parkir ini memang terkesan sepele, tapi jika tidak ditertibkan akan menjadi masalah yang besar bagi masyarakat. Tarif parkir yang sekarang ini memang tidak standar, belum lagi tarif parkir yang bisa naik berlipat- lipat pada saat musim liburan atau saat ada *event* besar yang diselenggarakan di kota. Bayangkan bila kita ditarik tarif sebesar Rp. 5000,- untuk sepeda motor dan Rp. 10.000,- untuk mobil di satu titik lokasi tertentu. Belum lagi jika kita mengunjungi beberapa titik lokasi dalam sehari, bisa berkali lipat biaya yang kita keluarkan hanya untuk parkir. Padahal biaya standard tarif yang ditetapkan oleh Peraturan Daerah

Kabupaten/ Kota hanya Rp. 1000,- untuk sepeda motor dan Rp. 2000,- untuk mobil. Angka yang tidak standar itulah yang membuat masyarakat resah kepada pemerintah tentunya.



Gambar 1. Papan tanda standar tarif parkir di Taman Parkir Malioboro

Sumber: Dokumentasi pribadi

Berikut struktur besaran tarif retribusi menurut Perda Kota Yogyakarta No.5 tahun 2012 tentang retribusi pelayanan parkir ditepi jalan umum.

1. Tarif retribusi pada Satuan Ruang parkir di Tepi Jalan Umum adalah sebagai berikut :

NO	JENIS KENDARAAN	TARIF	
		KAWASAN I (Rp)	KAWASAN II (Rp)
1	Truk gendengan, sumbu III atau lebih	30.000	20.000
2	Truk Besar	20.000	15.000
3	Bus Besar	20.000	15.000
4	Truk Sedang/Box	15.000	10.000
5	Bus Sedang	15.000	10.000
6	Sedan, Jeep, Picup, Station Wagon/ Box, Kendaraan Bermotor Roda Tiga	2.000	1.500

7	Sepeda Motor	1.000	500
8	Sepeda Listrik	500	500
9	Sepeda	200	200

2. Tarif retribusi pada Satuan Ruang Parkir Tidak Tetap adalah sebagai berikut:

NO	JENIS KENDARAAN	TARIF (Rp)
1	Truk gendengan,sumbu III atau lebih	40.000
2	Truk Besar	30.000
3	Bus Besar	30.000
4	Truk Sedang/Box	20.000
5	Bus Sedang	20.000
6	Sedan, Jeep, Picup, Station Wagon/ Box, Kendaraan Bermotor Roda Tiga	3.000
7	Sepeda Motor	2.000
8	Sepeda Listrik	500
9	Sepeda	200

3. Tarif retribusi parkir untuk kendaraan Becak dan Andong dilakukan secara harian sebagai berikut :

No	JENIS KENDARAAN	TARIF (Rp./Harian)
1	Becak	200
2	Andong	500

4. Tarif retribusi untuk parkir kendaraan di badan jalan secara tetap atau rutin di lokasi yang sama adalah sebagai berikut :

NO	JENIS KENDARAAN	TARIF	
		Kawasan I (Rp./ Bulan)	Kawasan II (Rp./Bulan)
1	Truk gendengan,sumbu III atau lebih	500.000	400.000
2	Truk Besar	400.000	300.000
3	Bus Besar	400.000	300.000
4	Truk Sedang/Box	300.000	200.000

5	Bus Sedang	300.000	200.000
6	Sedan, Jeep, Picup, Station Wagon/ Box, Kendaraan Bermotor Roda Tiga	100.000	80.000

Tabel 1. tarif retribusi menurut Perda Kota Yogyakarta No.5 tahun 2012

Sumber: <http://www.jogjakota.go.id/>

Padahal Pemerintah Kota Yogyakarta telah menetapkan besarnya standar tarif parkir. Lalu siapa yang membuat tarif yang membengkak seperti itu?. Bisa dikatakan tarif tersebut termasuk tarif ilegal karena melebihi dan melanggar aturan yang sudah ditetapkan pemerintah. Karcis parkir yang sudah menjadi standar nominal tarif parkir diabaikan begitu saja oleh para parkir ilegal. Para oknum parkir ilegal tidak memperhatikan tempat- tempat mana yang wajib parkir dan tempat mana yang dilarang untuk parkir. Kebanyakan disemua tempat ramai dan lahan parkir ilegal yang menjadi sasaran para juru parkir untuk ditarik tarif parkir, meskipun juru parkir tidak ada bukti karcis parkirnya dan kebanyakan yang menjadi sasaran adalah sepeda motor, dikarenakan jumlah sepeda motor yang banyak, juru parkir dapat meraup untung lebih cepat dengan menarik tarif yang berlipat- lipat melebihi standar tarif yang ditetapkan Pemerintah.



Gambar 2. Beberapa contoh karcis parkir ilegal di Yogyakarta

Sumber: <http://blogpaky.wordpress.com/2010/12/04/rancunya-tarif-parkir-di-jogja/>

Terkadang juru parkir tersebut tidak melaksanakan tugasnya dengan baik. Sudah menarik tarif di lahan parkir ilegal tetap juga tugasnya sebagai juru parkir diabaikan setelah menerima uang tarif, bahkan kendaraan yang diparkir tidak disentuh sama sekali atau dikembalikan pemilik dalam kondisi sedikit ada kerusakan. Dengan kata lain “ kita yang parkir, kita juga yang mengeluarkan kendaraannya”. Persepsi kita terhadap juru parkir tersebut bisa dikatakan seperti preman, tinggal menerima uang tanpa harus bekerja.

Oknum- oknum yang tidak bertanggungjawab itulah yang sengaja mengais rejekinya dengan cara seperti itu. Ini bukan masalah rupiah melainkan masalah kompleks yang harus diselesaikan agar tidak berlanjut dimasa mendatang. Seandainya saja pihak yang berwenang ataupun pemerintah tidak segera membuat kebijakan yang tepat guna perihal parkir ini maka “kantong-kantong” parkir ilegal akan tumbuh subur. Semakin banyak juga pemalak-pemalak kecil yang menyamar sebagai juru parkir. Modalnya gampang, rompi oranye bertuliskan juru parkir.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang media komunikasi visual yang mampu mengkomunikasikan dan mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya penertiban tarif parkir ilegal di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana solusi mengurangi dan menertibkan oknum- oknum atau juru parkir liar yang tumbuh subur di Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum

- a. Memberikan solusi agar menetapkan sistem tarif parkir yang paling tepat.
- b. Menunjang program pengembangan secara detail tentang tarif parkir.

2. Tujuan Khusus

- a. Meningkatkan kesadaran oknum- oknum yang menyalahgunakan tarif parkir untuk kegiatan bisnis.
- b. Menghapus keresahan masyarakat terhadap tarif parkir yang berlipat-lipat.

D. Manfaat Perancangan

1. Bagi Pemerintah

- a. Meringankan beban dalam mengatur dan menertibkan tarif parkir ilegal.
- b. Menumbuhkan kesadaran betapa pentingnya tarif parkir jika digunakan sebagaimana mestinya.

2. Bagi Masyarakat

- a. Masyarakat tidak akan terbebani lagi dengan adanya tarif parkir ilegal.
- b. Pikiran masyarakat tidak lagi resah.

3. Bagi Mahasiswa

- a. Menjadi pembelajaran mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di lingkungan akademis pada dunia nyata.
- b. Sebagai prasyarat mahasiswa dalam menyelesaikan studi.

E. Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan kampanye sosial ini difokuskan pada *Target Audience* yaitu masyarakat (usia 18- 50 tahun). Secara spesifik masyarakat yang bekerja sebagai juru parkir dan masyarakat secara umum. Lingkup perancangan kampanye sosial ini dibatasi pada wilayah Kota Yogyakarta yang umumnya masih terdapat lokasi parkir ilegal. Materi kampanye sosial dibatasi pada ajakan, dorongan dan menyadarkan kepada *Target Audience* dalam penertiban tarif parkir ilegal.

Untuk meraih perhatian *Target Audience*, pemilihan media dalam Perancangan Kampanye Sosial Tertibkan Tarif Parkir Ilegal di Yogyakarta menggunakan konsep media *Through The Line*. Media yang dipilih untuk menyampaikan pesan dalam kampanye sosial ini adalah media yang bersifat interaktif, komunikatif dari segi pesan visual, memiliki kedekatan dengan keseharian *Target Audience* dan mempunyai daya *stopping power* yang kuat terhadap *Target Audience*.

F. Metodologi Perancangan

Untuk mencapai tujuan perancangan yang efektif dijelaskan secara rinci langkah- langkah operasional yang akan digunakan dalam perancangan adalah:

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam perancangan kampanye sosial ini mencakup pencarian data dari kepustakaan, media internet, media cetak, serta wawancara dengan pihak terkait. Data yang dimaksud berkaitan dengan permasalahan yang menjadi titik sentral dalam kampanye, hambatan- hambatan, dan solusi yang akan ditawarkan.

Dari metode pengumpulan data yang berupa observasi, wawancara dan studi pustaka, kita jadikan satu data agar lebih terfokus dan terinci permasalahan yang akan dikaji lebih lanjut. Setelah itu permasalahan yang kita pilih kita jadikan komunikasi visual yang efektif agar kegiatan kampanye sosial ini berjalan dengan tepat.

Observasi

Melakukan pengamatan dari beberapa obyek yang dianggap tepat untuk mengkaji permasalahan yang ada. Obyek tersebut meliputi perilaku juru parkir, lokasi parkir, karcis parkir, dan perilaku masyarakat yang terkena tarif parkir ilegal.

Wawancara

Melakukan penelitian dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada salah satu obyek yang akan diteliti yaitu juru parkir dan masyarakat yang terkena tarif parkir ilegal untuk dijadikan data yang *valid*.

Studi Pustaka

Melakukan penelitian dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi obyek penelitian yaitu masalah kampanye sosial, tarif parkir ilegal dan permasalahan yang berhubungan dengan judul perancangan tersebut.

2. Instrumen Penelitian

- Kamera, untuk mengetahui obyek yang diteliti
- Perekam suara
- Perlengkapan tulis dan kertas

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Permasalahan/ olah data

Metode yang akan digunakan dalam proses analisis data tahap awal menggunakan metode analisis 5W + 1H (*What, Who, Why, Where, When, dan How*). Penggunaan metode analisis 5W + 1H bertujuan menghasilkan gambaran awal tentang tarif parkir ilegal agar kampanye sosial yang dirancang sesuai dengan permasalahan yang ada.

b. Analisis Target Audience

Kesimpulan hasil analisis tahap awal akan digunakan dalam proses analisis target audience menggunakan Personifikasi *Target Audience*, *Consumer Journey* dan *Consumer Insight*.

c. Sintesis

Dari hasil analisis *Consumer Journey* dan *Consumer Insight* digunakan untuk mensintesis *Point of Contact* antara *Target Audience* dengan media kampanye.

4. Metode Konsep Perancangan

Hasil dari *Consumer Journey*, *Consumer Insight* dan *Point of Contact* akan menjadi dasar dalam penentuan konsep media dan konsep kreatif kampanye.

Metode perancangan yang dipakai meliputi:

a. Konsep Media

Menentukan penggunaan media untuk merangkai sebuah kegiatan kampanye sosial yang menarik, kreatif dan komunikatif.

b. Konsep Kreatif

Merancang sebuah rangkaian kampanye sosial yang menarik, kreatif dan komunikatif memerlukan beberapa tahap agar membawa manfaat bagi masyarakat secara luas terutama dilingkungan Kota Yogyakarta. Dalam pencapaiannya terdapat beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tujuan kreatif
2. Strategi kreatif
3. Program kreatif
4. Biaya kreatif

c. Konsep Tata Visual/ Desain

Mengaplikasikan dasar- dasar tata rupa dan desain kedalam setiap materi kampanye yang digunakan untuk merancang komunikasi

visual dalam rangkaian Kampanye Sosial Tertibkan Tarif Parkir Ilegal Di Kota Yogyakarta yang komunikatif.

1. Metode Visualisasi Desain

Metode Visualisasi Desain ini meliputi:

- Data visual
- *Layout ide/ layout kasar*
- *Layout komprehensif*

2. Final desain

G. Sistematika Perancangan

Adapun dalam penulisan Tugas Akhir sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, batasan lingkup perancangan, metodologi perancangan, sistematika perancangan dan skematika perancangan.

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pengertian dan data kampanye sosial, pengertian dan data tentang tarif parkir ilegal, Kota Yogyakarta dari segi kondisi geografis, tarif parkir ilegal di Yogyakarta, analisis, kesimpulan dan pemecahan masalah

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai konsep media dan konsep kreatif kampanye sosial ini.

BAB IV VISUALISASI

Dalam bab ini akan dibahas mengenai bentuk visual dari keseluruhan media kampanye sosial menjadi final desain.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran dalam perancangan

H. Skematika Perancangan

