

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK KAMPANYE PENGGUNAAN BUS RAPID TRANSIT
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASSAL
YANG RAMAH LINGKUNGAN**

TUGAS AKHIR KARYA DISAIN



Disusun oleh :

Ardiansah Erasadhy

NIM 0811807024

PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DISAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2011

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK KAMPANYE PENGGUNAAN BUS RAPID TRANSIT
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASSAL
YANG RAMAH LINGKUNGAN**

TUGAS AKHIR KARYA DISAIN



Disusun oleh :

Ardiansah Erasadhy

NIM 0811807024



PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DISAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2011

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
UNTUK KAMPANYE PENGGUNAAN BUS RAPID TRANSIT
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASSAL
YANG RAMAH LINGKUNGAN**

TUGAS AKHIR KARYA DISAIN

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
NO.	3628/H/4/2011
REVISI	
TERIMA	21/7 2011
	TTP.



TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN KEPADA
FAKULTAS SENI RUPA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA S - 1
DALAM BIDANG DISAIN KOMUNIKASI VISUAL

2011

Tugas Akhir Karya Disain Berjudul:

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK KAMPANYE
PENGUNAAN BUS RAPID TRANSIT SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASSAL
YANG RAMAH LINGKUNGAN

Diajukan oleh Ardiansah Erasadhy, NIM 0811807024, Program Studi Disain Komunikasi
Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui
Tim penguji tugas akhir pada tanggal 27 – 06- 2011.

Pembimbing I / Anggota



Drs. Hartono Karnadi .M.Sn
NIP.19650209 199512 1 001

Pembimbing II / Anggota



M.Faizal Rochman, S.Sn., MT.
NIP.09780221 200501 1 002

Coguate / Anggota



Drs.IT.Sumbo Tinarbuko, M.Sn
NIP.19660404 199203 1 001

Ketua Program Studi DKV
/Ketua/Anggota



Drs. Hartono Karnadi .M.Sn.
NIP.19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Disain / Anggota



Drs. Lasman, M.Sn.
NIP.19570513 198803 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



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

MOTTO

Kemarin adalah Sejarah, Besok adalah Misteri, dan Hari Ini adalah Anugerah

“ Life Is an adventure “

DEDIKASI

Kedua Orang tua (Pa'e Heru dan Bu'e Alfiah),

sumber inspirasi dan dedikasi terbesar.

Maaf masih belum bisa memberikan yang terbaik kepada kalian.



UCAPAN TERIMA KASIH

Atas kuasa dan kehendaknya ALLAH SWT yang telah menunjukkan jalan dan memberi kemudahan hingga proposal dan karya tugas akhir ini selesai dengan baik sebagai sebuah puncak selama menyelesaikan masa kuliah.

Karya ini ibarat awal mulai perjuangan pembelajaran untuk masuk kedalam dunia nyata sebenarnya dan sesungguhnya, yang tak akan pernah selesai dan tidak ada habisnya. Sehingga, karya ini sudah tentu jauh dari sempurna dan selalu butuh untuk dihujat ataupun dikritisi untuk selanjutnya dapat berproses lebih baik,... dan lebih baik lagi. Proses itu tidak pernah lepas dari peran pihak-pihak yang penuh perhatian dan meluangkan banyak dari sedikit waktu yang mereka miliki untuk memberi sumbangsih gagasan-gagasan luar biasa ke dalam karya ini. Ucapan terima kasih takkan pernah cukup untuk menyampaikan apresiasi atas bantuan tak terhingga tersebut, Betapa saya sangat bersyukur,.....

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Drs. Lasiman, M.Sn selaku Kepala Jurusan Disain FSR ISI Yogyakarta dan Dosen Wali dari kami semua mahasiswa Transfer. Terima kasih banyak atas bantuan dan segala perhatiannya hingga kami dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
4. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn Selaku Kepala Program Studi DKV ISI Yogyakarta dan Dosen Pembimbing 1, terima kasih atas bimbingan dan arahnya meskipun di sela-sela kesibukan mengurus kampus.
5. M. Faizal Rochman, S.Sn., M.T Selaku Dosen Pembimbing 2, Terima kasih atas bimbingan, kritik, saran dan masukan sehingga karya tugas akhir ini dapat terselesaikan. ii
6. FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn “ Koskow Buku”, terima kasih atas pinjaman buku-buku untuk semua para mahasiswa TA.

7. Seluruh Dosen DKV ISI Yogyakarta dan Staf. Terima kasih atas bantuan dan Ilmu yang berguna selama proses masa kuliah di kampus Seni ini, Kalian semua memang orang-orang Hebat.
8. Kedua Orang tua (Pa'e Heru dan Bu'e Alfiah), sumber inspirasi dan dedikasi terbesar. Maaf masih belum bisa memberikan yang terbaik kepada kalian. Keluarga Karah (Mas Doddy, Mbak Atik, Zevan, Rara dan adikku Cintya), Keluarga Rungkut (Mas Rochib, Mbak Erna, Erro, Ibu) Serta semua Keluarga Surabaya, Malang dan Yogyakarta, Terima Kasih tak terhingga bisa menjadi bagian dari kalian semua.
9. Ibu Hartiani dan Keluarga beserta Tias Gufitriani, untuk menjadi seorang Teman, Sahabat, dan Kekasih. Terima Kasih atas kesetiannya menemaniku.
10. Kawan-Kawan Perjuangan ExStimm, (Erol, Tika+Agus, Ali, Restu, Pongki, Sam, Arta Dimas) Terima Kasih Saudaraku, jaga selalu persahabatan kita sampai ujung waktu.
11. Seluruh Teman-teman di Surabaya, (Silhole Team, PPKB-Unesa, PASTI- ITS)
12. Seluruh Teman-teman di Malang, STIMMINDO Family (Para Mahasiswa, beserta Dosen, staf dan karyawan), SPI-Matos, GPA-Karangploso.
13. Seluruh Teman-teman Yogyakarta, Kostan Ngijo, Kostan Sewon Indah C-40.
14. Seluruh Teman-teman sekampus ISI Yogyakarta, terima kasih kalian semua mahasiswa hebat
15. Bu Parinem beserta keluarga, terima kasih telah menjadi ibu kost yang baik.
16. Warga Dusun Jomblang, Prancak Glondong, Panggung Harjo, Sewon, Bantul. Terima kasih telah menerima kami dengan baik.
17. Rekan-rekan Bismania Community Korwil DIY dan seluruh Indonesia, terima kasih atas pengalaman tak terlupakan selama ini, "Sejatinipun Seduluran" Bravo BMC.

PENGANTAR

Iklan Layanan Masyarakat merupakan sebuah media informasi yang tujuan awalnya sebagai sarana pengetahuan dan pendidikan bagi masyarakat Luas untuk mengingatkan tentang sebuah solusi akan permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Dan dalam proses penyampaian tersebut harus memperhatikan keberadaan target sasaran dan tema utama yang disampaikan dalam sebuah kampanye Iklan Layanan Masyarakat.

Berawal dari sebuah permasalahan tentang Transportasi di kota besar dan efek negatif yang ditimbulkannya, maka muncul sebuah gagasan untuk mengingatkan kepada masyarakat melalui sebuah kampanye tentang penggunaan sebuah sistem baru Transportasi Massal yaitu *Bus Rapid Transit* sebagai sarana kendaraan umum modern yang lebih ramah lingkungan, dengan pemilihan Media Utama menggunakan *Transit Ad* menjadikan pesan yang ditampilkan lebih dekat dengan target sasaran yaitu masyarakat pengguna kendaraan bermotor pribadi. Melalui sebuah desain yang komunikatif diharapkan masyarakat pengguna jalan raya mendapatkan informasi yang bersifat mengingatkan serta mengajak untuk lebih peduli terhadap masalah transportasi dan kemudian bersikap bijak untuk beralih menggunakan kendaraan yang lebih ramah lingkungan demi kepentingan bersama. Pada akhirnya sebuah pilihan tergantung kepada masyarakat pengguna itu sendiri.

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardiansah Erasadhy
NIM : 0811807024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Disain
Program Studi : Disain Komunikasi Visual
Judul : Perancangan iklan layanan masyarakat untuk kampanye
penggunaan bus rapid transit sebagai transportasi massal
yang ramah lingkungan

Dengan ini menyatakan bahwa proses perancangan karya desain yang ada dalam Laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain. Pernyataan ini dibuat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Demikian.

Yogyakarta, 27 Juni 2011

Penulis



Ardiansah Erasadhy

ABSTRAK

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat untuk kampanye penggunaan Bus Rapid Transit sebagai transportasi massal yang ramah lingkungan.

Oleh : Ardiansah Erasadhy

NIM : 0811807024

Permasalahan Transportasi merupakan bagian tak terpisahkan dari sebuah perkembangan zaman, dengan semakin banyak orang dan semakin maju peradaban sebuah bangsa maka akan semakin membutuhkan sarana transportasi berupa kendaraan yang memadai untuk memenuhi aktivitas keseharian dari masyarakat sebuah kota yang dikatakan modern. Indonesia sebagai negara berkembang merupakan pengguna kendaraan bermotor yang tumbuh subur di berbagai kota seluruh Nusantara, akan tetapi perkembangan kendaraan bermotor tersebut tidak diimbangi dengan penyediaan sarana angkutan umum yang memadai bagi masyarakat sehingga menciptakan kecenderungan untuk mempunyai kendaraan sendiri, apalagi saat ini semakin mudah setiap orang untuk memiliki kendaraan. Padahal dampak negatif menyertai dalam pertumbuhan berbagai kendaraan bermotor yang sangat pesat sekarang ini terhadap lingkungan hidup dan masyarakat itu sendiri, antara lain pencemaran Udara akibat emisi karbon dari kendaraan bermotor, pemborosan Energi dengan semakin meningkatnya kebutuhan konsumsi (BBM), kemacetan yang semakin tidak terkendali yang secara tidak langsung berpengaruh buruk terhadap efisiensi waktu masyarakat selama berada di jalan, serta berpeluang meningkatnya tingkat kecelakaan masyarakat di jalan akibat semakin banyak kendaraan bermotor sehingga mementingkan kepentingan sendiri tanpa peduli dengan pengguna jalan yang lain.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
 BAB I. PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Manfaat Perancangan	5
E. Batasan Lingkup Masalah	6
F. Metode Perancangan	6
G. Sistematika Perancangan	9
H. Skematika Perancangan	14

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. IDENTIFIKASI

1. Transportasi Massal	15
2. Bus Sebagai Transportasi Massal	18
a) Sejarah Bus	18
b) Bus di Indonesia	21
c) Bus Rapid Transit (BRT)	24
d) Bus Rapid Transit di Indonesia	26
3. Keadaan Masyarakat Indonesia Terhadap Sarana Transportasi Massal	35
a) Bismania Communiy	38
b) ITDP	40
c) Pelangi Campaign	41
4. Transportasi Ramah Lingkungan	43
a) Emisi Gas Karbon	43
b) Energi BBM	47
c) Tingkat Kemacetan	50
d) Tingkat Kecelakaan	55
5. Iklan Layanan Masyarakat	58
a) Jenis-Jenis Iklan	58
b) Jenis-Jenis Media Iklan	61

B. ANALISIS

1. Olah Data	67
a) 5W+1H	68
2. Analisa Target Sasaran	69

BAB III. KONSEP PERANCANGAN

A. Proses Perancangan	89
1. Tujuan Perancangan	89
2. Strategi Perancangan	91
B. Konsep Media	99
1. Tujuan Media	99
2. Strategi Media	101
C. Konsep Kreatif	107
1. Tujuan Kreatif	107
2. Strategi Kreatif	107
D. Program Media	124
E. Biaya Media	127

BAB IV. VISUALISASI

A. Tujuan Desain	131
B. Strategi Desain	131
C. Program Desain	139
D. Layout Kasar	156
E. Final Desain	166
F. Aplikasi Media	189

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	200
B. Saran	201

DAFTAR PUSTAKA	202
-----------------------	-----

LAMPIRAN	204
-----------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Bus pertama dengan tenaga uap	19
Gambar 2 : Perkembangan bentuk bodi bus	20
Gambar 3 : Bus Mercedes Benz dari Jerman	21
gambar 4 : Bus antar kota yang ada saat ini di Indonesia	22
gambar 5 : Bus model terbaru yang ada saat ini di Indonesia	23
gambar 6 : Bus Pariwisata dengan kelas Super executive	24
Gambar 7 : Sistem <i>Bus Rapid Transit</i>	25
Gambar 8 : Bus kota yang selama ini ada di Indonesia	26
Gambar 9 : Sistem Bus Rapid Transit pertama di Indonesia	27
Gambar 10: Interior Sistem Bus Rapid Transit di Indonesia	28
Gambar 11: Halte dan jalur khusus pada BRT di Indonesia	28
Gambar 12: Jalur dan tiket pada Sistem Bus Rapid Transit Transjakarta	30
Gambar 13: Penggunaan BBG pada Sistem <i>Bus Rapid Transit</i> di Jakarta	31
Gambar 14: Sistem <i>bus rapid transit</i> di berbagai wilayah luar pulau Jawa	33
Gambar 15: Berbagai <i>bus rapid transit</i> di berbagai wilayah Pulau Jawa	34

Gambar 16: Kondisi jalanan kota-kota besar di Indonesia	36
Gambar 17: Busway di jakarta yang mampu mengatasi kemacetan.....	37
Gambar 19 : Kegiatan komunitas	38
Gambar 20 : Penggunaan BBG pada angkutan umum di kota Palembang	49
Gambar 21 : Kemacetan yang terjadi setiap hari di ibu kota Jakarta	51
Gambar 22 : pertumbuhan kendaraan bermotor di Indonesia	52
Gambar 23 : Contoh sebuah iklan layanan masyarakat Anti Merokok	60
Gambar 24 : Contoh sebuah iklan dengan bentuk <i>ambient media</i>	63
Gambar 25 : Sebuah contoh iklan dengan bentuk <i>ambient media</i>	64
Gambar 26 : Sebuah contoh <i>transit ad</i> pada sebuah bus	65
Gambar 27 : Berbagai warna yang ada pada perancangan kampanye	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Grafik perbandingan emisi CO2 di jakarta	44
Tabel 2 : Data perbandingan dari berbagai kendaraan bermotor	46
Tabel 3 : grafik volume angkut dari berbagai sarana transportasi	48
Tabel 4 : pertumbuhan pertambahan kendaraan bermotor di Jakarta	53
Tabel 5 : pertumbuhan pertambahan kendaraan Roda 4 di Jakarta	54
Tabel 6 : Data Ditlantas Polda Metro Jaya tentang Korban Kecelakaan di Jakarta tahun 2009	56
Tabel 7 : Data Ditlantas Polda Metro Jaya tentang penyebab Kecelakaan lalu lintas di jalan kota Jakarta	57
Tabel 8 : Data Survey Target sasaran Laki-laki	77
Tabel 9 : Data Survey Target sasaran Perempuan	79
Tabel 10 : Analisa <i>point of contact</i> pada Laki-laki	82
Tabel 11 : Analisa <i>point of contact</i> pada Perempuan	85
Tabel 12 : Program Media Kampanye	125
Tabel 13 : Biaya Media Kampanye	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada beberapa tahun terakhir ini, dampak pemanasan global makin terasa, cirinya dapat diidentifikasi dari hal-hal seperti; musim yang kacau, termasuk musim kemarau atau musim hujan yang berkepanjangan, banjir di satu tempat dan kekeringan di tempat lain pada saat yang sama, juga badai dan bencana lain yang terkait dengan iklim.

Pemanasan global merupakan akibat dari Efek Rumah Kaca, yaitu terperangkapnya panas atau gas di dalam atmosfer bumi. Gas yang terperangkap dalam atmosfer bumi tersebut bisa ditembus cahaya matahari tetapi menahan panas matahari sehingga tak bisa lepas kembali ke luar angkasa. 'Gas yang terperangkap' atau yang kemudian disebut dengan 'Emisi Karbon' ini telah menaikkan suhu permukaan bumi, mengubah iklim dan mengancam kehidupan. Emisi Karbon tersebut ditengarai berasal dari hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan manusia, seperti pembakaran bahan bakar fosil, penggundulan hutan, peternakan/pertanian, pembusukan sampah, penggunaan pupuk, pembakaran, proses industri, transmisi listrik, pendingin (Freon), aerosol dan lain-lain, dimana dari sumber semua kegiatan tersebut pada akhirnya menghasilkan gas yang mengakibatkan emisi karbon, gas tersebut diantaranya adalah CO₂ atau karbondioksida, CH₄ atau metana, N₂O atau dinitrogen monoksida, SF₆ atau sulfur heksafluorida dan CFC atau klorofluorokarbon. Dari berbagai kegiatan manusia yang menghasilkan emisi karbon seperti yang telah dijelaskan di atas, penggunaan alat transportasi merupakan salah satu penyebab penambahan volume gas rumah kaca.¹

Langkah yang memadai untuk menciptakan transportasi hijau yang ramah lingkungan adalah dengan menghemat bahan bakar, karena dengan menghemat bahan bakar berarti mengurangi emisi karbon, baik yang langsung dikeluarkan dari sisa

¹. Arif, Ahmad. *Hidup Hirau Hijau: Langkah Menuju Hidup Ramah Lingkungan*. Jakarta; Kepustakaan Populer Gramedia, 2009, hal 19.

pembakaran kendaraan maupun emisi karbon saat eksplorasi bahan bakar dalam pertambangan.

Iklim mikro yang tedapat di kendaraan pribadi tentunya membuat kita lupa tentang berapa banyak karbon kita hamburkan dalam 10 km perjalanan saja, bila rata-rata emisi karbondioksida sebuah kendaraan baru sekitar 160 gram per kilometer. Emisi CO₂ akan bertambah jika terjadi kemacetan. semakin banyak karbon yang kita lepas semakin besar kontribusi kita terhadap pemanasan global.

Emisi karbon yang berasal dari sektor Transportasi di Indonesia pada tahun 2005 dipekirakan mencapai 70 metrik Ton. Secara total, sumbangan sektor transportasi terhadap total emisi di Indonesia memang belum sampai 5 persen. Tapi dengan kecenderungan seperti sekarang potensi sumbangan karbon transportasi akan terus naik. Pada tahun 2030 emisi karbon tranportasi diperkirakan akan melonjak hingga 500 metrik ton, jika pola transportasi kita masih seperti sekarang ini.²

Sebuah penelitian dari Japan International Corporation Agency (JICA) dan The Institute for Transportation and Development Policy (ITDP) menunjukkan hal yang mengejutkan yaitu bahwa jika tidak ada pembenahan sistem transportasi umum, maka lalu-lintas jakarta akan mati pada 2014. perkiraan kematian lalu-lintas jakarta pada 2014 itu didasarkan pada pertumbuhan kendaraan di jakarta yang rata-rata per tahun mencapai 11 persen sedangkan pertumbuhan panjang jalan tak mencapai 1 persen. Tercatat setiap hari ada 138 pengajuan STNK baru, yang berarti setiap hari jakarta membutuhkan penambahan jalan sepanjang 800meter. Ujung-ujungnya, jalanan akan penuh sesak dengan kendaraan dan tidak ada lagi yang bisa bergerak.³

Transportasi massal adalah sebuah sarana berkendara bagi banyak orang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya, dan di Indonesia diantaranya bus merupakan salah satu sarana utama yang dibutuhkan masyarakat dalam bertransportasi di setiap wilayah karena mampu menjangkau berbagai tempat tanpa harus dengan penambahan infrastruktur yang banyak, dan sanggup melayani tingkat mobilitas tinggi masyarakat negeri ini, Sehingga keberadaan bus ternyata mampu untuk memberikan pengaruh terhadap

² . <http://www.menlh.go.id>

³ . <http://www.ecodriving-online.eu/>

pengurangan emisi karbon yang dihasilkan kendaraan pribadi, karena lima liter bensin yang digunakan kendaraan pribadi akan melepas 15 kilogram CO₂ ke udara. Tiga ratus ribu kendaraan pribadi di Jakarta melepas sekitar 4,5 ribu ton per tahun. Dibandingkan dengan bus yang berisi 60 penumpang mengkonsumsi 1/30 bahan bakar per orang per 100km dibanding kendaraan pribadi ditumpangi 1 orang. Bus berpenumpang 25 orang masih menghemat 1/10 bahan bakar dibandingkan dengan kendaraan pribadi. Selain mengurangi emisi karbon juga menghemat BBM yang artinya menghemat biaya, bus sebagai kendaraan umum akan menghemat kebutuhan akan ruang atau lebar jalan.⁴

Bus rapid transit (BRT) mengambil bagian dari nama dari *Bus rapid transit* adalah istilah yang diterapkan untuk berbagai sistem angkutan umum yang menggunakan bus untuk menyediakan layanan transportasi massal lebih cepat, efisien melayani lebih dari bus kota biasa. Seringkali ini dicapai dengan melakukan perbaikan infrastruktur yang ada, kendaraan dan penjadwalan dengan kecepatan transit dari sistem BRT berkisar 17-30 mil per jam. Tujuan dari sistem ini adalah untuk mendekati kualitas pelayanan angkutan kereta api sementara masih menikmati penghematan biaya dan fleksibilitas transit bus. BRT digunakan di Amerika Utara, di Eropa dan Australia, sistem transportasi ini sering disebut *busway*, sementara di tempat lain, mungkin bisa disebut bus berkualitas.⁵

Penggunaan *Bus rapid transit* sebagai alat transportasi yang ramah lingkungan merupakan solusi untuk sedikitnya mengurangi pemanasan global akibat dari polusi yang dihasilkan oleh berbagai kendaraan yang ada. Kondisi transportasi umum di Jakarta memang masih buruk, sebagaimana terjadi di kota-kota lain di Indonesia. Tetapi, itu bukan alasan untuk tidak beralih ke transportasi umum. Sudah ada berbagai bus sebagai alternatif transportasi umum yang cukup nyaman, yaitu BRT atau lebih dikenal dengan *busway*, dan beberapa kota di Indonesia sudah menerapkannya antara lain TransJakarta, TransSemarang, Trans Pakuan Bogor, Trans Jogja, trans metro Bandung, Batik TransSolo, Trans Musi Palembang, Trans Metro Pekanbaru, Trans Batam, Trans Kawanua Manado, Trans

⁴ <http://www.greenerchoices.com>

⁵ <http://www.nymetropolitantransitauthority.gov>

Hulonthalangi Gorontalo, dll serta beberapa bus kota di daerah yang dilengkapi AC, bersih, bebas copet, bebas macet, murah, aman dan juga nyaman, bahkan bus antar kota dengan kategori ekonomi juga sebagian dilengkapi AC serta fasilitas pendukung lainnya. jenis transportasi umum itu dilengkapi fasilitas yang cukup baik, bersih, aman, murah, nyaman dan bebas macet.

Dengan adanya kampanye untuk menggunakan *Bus rapid transit* sebagai transportasi massal, diharapkan masyarakat akan menyadari betapa masalah yang dialami oleh bumi dan kemudian memilih bus sebagai sarana berkendara yang terpercaya. Iklan layanan masyarakat dinilai dapat mendukung tercapainya kampanye ini dikarenakan keberadaan iklan ini lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah merancang iklan layanan masyarakat untuk kampanye penggunaan bus rapid transit sebagai transportasi massal ?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan bagi target audience secara umum adalah :

- Merancang iklan layanan masyarakat untuk mengajak dan meningkatkan kesadaran masyarakat menggunakan *bus rapid transit* (BRT) sebagai transportasi massal perkotaan yang lebih ramah lingkungan sehingga mampu mengurangi emisi gas buang yang dihasilkan oleh kendaraan pribadi.
- Menyampaikan pengetahuan serta wawasan terhadap berbagai pihak untuk lebih meningkatkan prasarana transportasi umum berupa sistem *bus rapid transit* karena

lebih ramah lingkungan dan nantinya juga demi kepentingan bersama, yaitu mencegah pemanasan Global

- Merencanakan dan menjadikan iklan layanan masyarakat sebagai media kampanye yang terus mendukung masyarakat pengguna *bus rapid transit* sebagai transportasi umum yang ramah lingkungan dan pengguna berbagai transportasi umum lainnya yang ternyata berpengaruh terhadap pemanasan global.

D. Manfaat Perancangan

Manfaat bagi masyarakat secara teoritis adalah :

- Sebagai media pengingat kepada masyarakat dalam mengajak dan meningkatkan kesadaran masyarakat menggunakan bus berbagai alat transportasi yang ramah lingkungan demi kepentingan bersama. Dan beralih kepada transportasi massal yang ramah lingkungan.
- Menjadikan iklan layanan masyarakat sebagai media kampanye untuk terus mendukung masyarakat yang selama ini menggunakan bus sebagai transportasi umum yang ramah lingkungan dan terus menggunakan berbagai transportasi umum lainnya yang ternyata berpengaruh terhadap pemanasan global.

Manfaat bagi masyarakat secara praktis adalah :

- Menjadi pengetahuan serta wawasan terhadap berbagai pihak untuk lebih meningkatkan prasarana transportasi umum yang ramah lingkungan yang nantinya juga demi kepentingan bersama, yaitu mencegah pemanasan global

E. Batasan lingkup Masalah

Proses perancangan iklan layanan masyarakat dibatasi pada pembahasan seputar permasalahan transportasi massal bagi masyarakat dan efek negatif yang ditimbulkan dari semakin banyaknya pengguna kendaraan pribadi, antara lain tentang penghematan bahan bakar minyak (BBM), mengurangi emisi gas karbon yang dihasilkan dari polusi berbagai kendaraan bermotor, pengurangan kemacetan serta pengurangan kecelakaan akibat terlalu banyaknya kendaraan. Selanjutnya beralih menggunakan *bus rapid transit* sebagai alat transportasi massal yang ramah lingkungan dan mampu mengatasi permasalahan transportasi umum lainnya. Kemudian terkait dengan kegiatan kampanye dalam menyampaikan iklan layanan masyarakat di bidang transportasi melalui strategi media “*Trough the line*” dengan teori *Transit Ad*. Sehingga dalam proses penyampaian pesan lebih efektif dan dapat dengan baik diterima oleh target sasaran.

F. Metode Perancangan

1. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat

a. Subyek dan obyek perancangan

Subjek dari perancangan ini adalah iklan layanan masyarakat sebagai kampanye untuk mendukung Penggunaan *Bus Rapid Transit* sebagai Transportasi massal yang ramah lingkungan di berbagai kota di Indonesia. Dengan bentuk kampanye dari iklan layanan masyarakat ini adalah melalui konsep media *transit ad* dengan aplikasi pendukungnya. Dalam pelaksanaannya nanti kegiatan ini akan menjadi salah satu kampanye yang tidak hanya sekedar memberi informasi namun juga mengajak masyarakat untuk melakukan tindakan untuk mendukung penggunaan *bus rapid transit* sebagai sarana efektif bagi masyarakat.

Objek dari perancangan ini adalah masyarakat luas pengguna sarana transportasi, baik kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Dan pemerintah sebagai pihak yang bertugas memberikan fasilitas dan menyiapkan sistem sarana transportasi massal bagi masyarakat. Sehingga dalam proses penyampaian perancangan iklan layanan masyarakat mampu untuk menyampaikan informasi, mempersuasi, atau mendidik masyarakat serta memberikan masukan kepada pihak pemerintah agar munculnya pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat untuk lebih memikirkan saran transportasi massal yang lebih ramah lingkungan sehingga dapat mengurangi efek polusi emisi gas buang alat transportasi yang berakibat kepada pemanasan global.

b. Metode Pengumpulan Data

1) Data Primer

a) Sumber Literatur dan Sumber Online

Data tentang *bus rapid transit* sebagai Transportasi massal yang ramah lingkungan berupa data verbal dan visual diperoleh dari berbagai sumber pustaka dan studi literatur, baik referensi buku-buku maupun referensi dari berbagai situs di internet. Data yang dibutuhkan adalah berupa teks dan contoh-contoh gambar yang mendukung dan berhubungan dengan perancangan iklan layanan masyarakat kampanye menggunakan sarana angkutan umum.

b) Sumber Langsung (studi lapangan)

Data tentang hal yang terkait dengan Bus dan Transportasi Massal didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan pihak dan instansi yang

terkait ataupun dengan masyarakat pengguna berbagai sarana transportasi, baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

2) Data Sekunder

Data sekunder berupa contoh-contoh kampanye menggunakan kendaraan umum, kampanye peduli lingkungan, kampanye pencegahan pemanasan global. Serta referensi tentang *transit ad* dan *ambient media* sebagai konsep media yang efektif, data diperoleh dari sumber online maupun karya iklan yang sudah ada di masyarakat. Seluruh data akan dijadikan acuan dalam perencanaan dan perancangan iklan layanan masyarakat ini.

c. Metode Analisis Data

Metode Analisis Data menggunakan 5W+1H (What, Where, When, Who, Why dan How) yaitu melalui mengenal lebih jauh tentang permasalahan yang terjadi di masyarakat yang disesuaikan dengan pesan yang akan disampaikan sehingga lebih efektif untuk dapat diterima oleh target sasaran dari iklan layanan masyarakat untuk kampanye mendukung penggunaan *bus rapid transit* sebagai transportasi massal yang ramah lingkungan.

Metode tersebut digunakan untuk menganalisis Kenapa sarana bus dipilih sebagai sarana yang tepat untuk menyampaikan pesan, karena bus disini berperan sebagai media yang bergerak atau disebut "*Transit Ad*" dan mampu diterapkan untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui strategi *ambient media*.

2. Perancangan Media Pendukung

a. Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data untuk perancangan media pendukung ini akan digunakan studi lapangan karena perlu dilakukan metode studi kasus. Diharapkan dengan menggunakan metode tersebut, dapat diperoleh data-data dan kasus-kasus yang relevan dengan perancangan. Data yang dibutuhkan untuk merancang media pendukung adalah mengamati perilaku serta berbagai hal terkait ketika target audience menggunakan sarana transportasi umum, seperti benda-benda yang terkait langsung dengan kegiatan dalam bertransportasi, yang nantinya media tersebut dapat disisipi oleh pesan dari kegiatan kampanye tersebut. Selain itu sumber referensi dari buku-buku pendukung serta referensi dari berbagai situs di Internet juga turut mendukung data yang dibutuhkan untuk perancangan iklan layanan masyarakat.

b. Metode Analisis Data

Metode analisis data untuk perancangan media pendukung juga berdasarkan 5W+1H (What, Where, When, Who, Why dan How) yang digunakan pada semua media kampanye.

G. Sistematika Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Perancangan

D. Manfaat Perancangan

E. Batasan Masalah

F. Metode Perancangan

1. Perancangan Media Utama

a. Subjek dan Objek Perancangan

b. Metode Pengumpulan Data

c. Metode Analisis Data

2. Perancangan Media Pendukung

a. Metode Pengumpulan Data

b. Metode Analisis Data

G. Sistematika Perancangan

H. Skematika Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. IDENTIFIKASI

1. Transportasi Massal

a. Kapal Laut

b. Kereta Api

- c. Pesawat Terbang
 - d. Bus
2. Bus Sebagai Transportasi Massal
- a. Sejarah Bus
 - b. Bus di Indonesia
 - c. Bus Rapid Transit
 - d. Bus Rapid Transit di Indonesia
3. Keadaan Masyarakat Indonesia terhadap Sarana Transportasi Massal
- a. Bismania Community
 - b. ITDP
 - c. Pelangi Campaign
4. Transportasi Ramah Lingkungan
- a. Emisi Gas Karbon
 - b. Energi Bahan Bakar Minyak
 - c. Tingkat Kemacetan
 - d. Tingkat Kecelakaan
5. Iklan

a. Jenis – Jenis Iklan

b. Jenis Media Iklan

B. ANALISIS

1. Olah Data

Kesimpulan dari identifikasi data dan analisis 5W+1H dari data yang diperoleh.

2. Analisa Target Sasaran

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Proses Perancangan

a. Tujuan Perancangan

b. Strategi Perancangan

B. Konsep Media

1. Tujuan Media

2. Strategi Media

C. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

2. Strategi Kreatif

D. Program Media

E. Budget Media

BAB IV VISUALISASI

A. Tujuan Desain

B. Strategi Desain

C. Program Desain

1. Logo/ Maskot Kampanye

2. Media Utama

3. Media Pendukung

D. Layout Kasar

E. Final Desain

F. Aplikasi Media

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran



H. Skematika Perancangan

