

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ETIKA MENGGUNAKAN
TELEPON GENGAM SAAT BERKENDARA**



KARYA DISAIN

Anton Yudhistira Purnomo

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ETIKA MENGGUNAKAN
TELEPON GENGAM SAAT BERKENDARA**



KARYA DISAIN

Anton Yudhistira Purnomo

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ETIKA MENGGUNAKAN
TELEPON GENGAM SAAT BERKENDARA**



KARYA DISAIN

Diajukan oleh

Anton Yudhistira Purnomo

NIM 0111195023

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2008**

Tugas Akhir Desain berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE ETIKA MENGGUNAKAN TELEPON GENGAM SAAT BERKENDARA, diajukan oleh Anton Yudhistira, NIM 0111195023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal : dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP. 132133718

Pembimbing II/ Anggota



Dra. Th. Suwami

NIP. 130521294

Cognate/ Anggota



FX. Widyatmoko, S.Sn

NIP. 132308795

KPS. Disain Komunikasi Visual
/ Anggota



Drs. Lasman, M.Sn.

NIP. 131773135

Ketua Jurusan Disain/ Ketua
/ Anggota



Drs. Ant. Hendro Purwoko

NIP. 131284654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. M. Agus Burhan, M.Hum

NIP. 131567129

Semua ini
Kupersembahkan kepada
Ayah dan Ibu tercinta
Saudara-saudaraku

Oneil

Tommy

Bimo

Ibu

Ibu

Ibu

Keluarga

Teman-teman dan semua orang yang selalu ada disamping ku selalu



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Agung beserta Rasul Nya atas terselesaikannya Tugas Akhir Karya Desain ini.

Tugas Akhir Karya Desain ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Tugas akhir ini merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2001 sampai dengan 2008.

Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam pemenuhan tugas perkuliahan untuk mencapai gelar kesarjanaan dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Sebagai penutup, semoga penulisan tugas akhir ini sedikit banyak dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan. Disisi lain penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa kesempurnaan hanyalah milik dan kekuasaan Allah SWT sehingga banyak kekurangan dalam penyusunan penulisan ini. Segala kritik dan saran sangat membantu dan sangat dibutuhkan demi kemajuan pada masa yang akan datang.

Yogyakarta, 26 Juni 2008

Penyusun

Anton Yudhistira Purnomo

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini saya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir. Dalam sebuah hadits yang pernah saya baca bahwa “belum dikatakan bersyukur kepada Allah apabila belum bersyukur pada manusia, oleh karena itu perkenankan saya untuk menyampaikan rasa syukur dan terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

- Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
- Bapak Soeprapto Soejono selaku Rektor Institut Seni Indonesia
- Bapak Sukarman selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
- Bapak Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Disain
- Bapak Lasiman, selaku Ketua Program Studi DKV ISI Yogyakarta.
- Bapak Hartono Karnadi, selaku dosen Pembimbing I tugas akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, terima kasih telah dengan sabar membimbing saya sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
- Ibu Th. Suwarni dosen Pembimbing II terima kasih atas bimbingan dan dukungannya.
- Ibu saya tercinta atas kesabarannya menunggu kelulusan saya selama ini dan doa-doa yang diberikan setiap saat kepada saya.
- Bapak saya yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan sangat baik.
- Oneil, Tommy, Bimo dan My Lil Chipmunk untuk motivasinya.

- Anak-anak muda yang selalu menjadi racun sekaligus semangat dalam proses penggarapan tugas akhir ini. Terima kasih untuk kekuatannya.
- Terima kasih buat semua orang-orang yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung, maaf saya tidak bisa menyebutkan namanya satu persatu disini.



ABSTRAK

Seperti diketahui kemajuan teknologi komunikasi sekarang ini memang semakin pesat, seiring dengan kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi dengan bermacam macam alasan dan kebutuhannya. Kemajuan teknologi komunikasi informasi juga membawa sebuah dampak baru yang jarang dijadikan pertimbangan oleh penggunanya. Apalagi dampak yang diakibatkan dari penggunaan teknologi ini menyangkut persoalan keamanan penggunanya, tanpa disadari keadaan ini menjadi ancaman serius. Berbagai kemajuan teknologi memang memiliki risiko sendiri yang senantiasa harus menjadi pertimbangan.

Disamping manfaat yang sangat besar bagi manusia, telepon genggam disadari juga membawa pengaruh negatif bagi pemilik maupun lingkungannya. Pengaruh negatif itu bermacam-macam tingkat dan bentuknya. Namun pemilik pada umumnya tidak sadar terhadap bahaya yang mengancam atau dapat ditimbulkan oleh alat itu. Memang, secara umum teknologi itu sifatnya netral dan dampak positif atau negatif itu bergantung pada manusia pengguna teknologi tersebut.

Salah satu kerugian dari pemakaian telepon genggam adalah, bila kita menggunakannya tidak pada saat yang tepat, karena akan membawa dampak buruk bagi pemakainya, misalnya, saat seorang pengendara sedang melakukan aktifitas dengan telepon genggam sambil berkendara. Situasi tersebut jelas dapat membahayakan keselamatan diri sendiri juga orang disekitarnya, karena konsentrasi mutlak diperlukan selama mengendarai sebuah kendaraan.

DAFTAR BAGAN

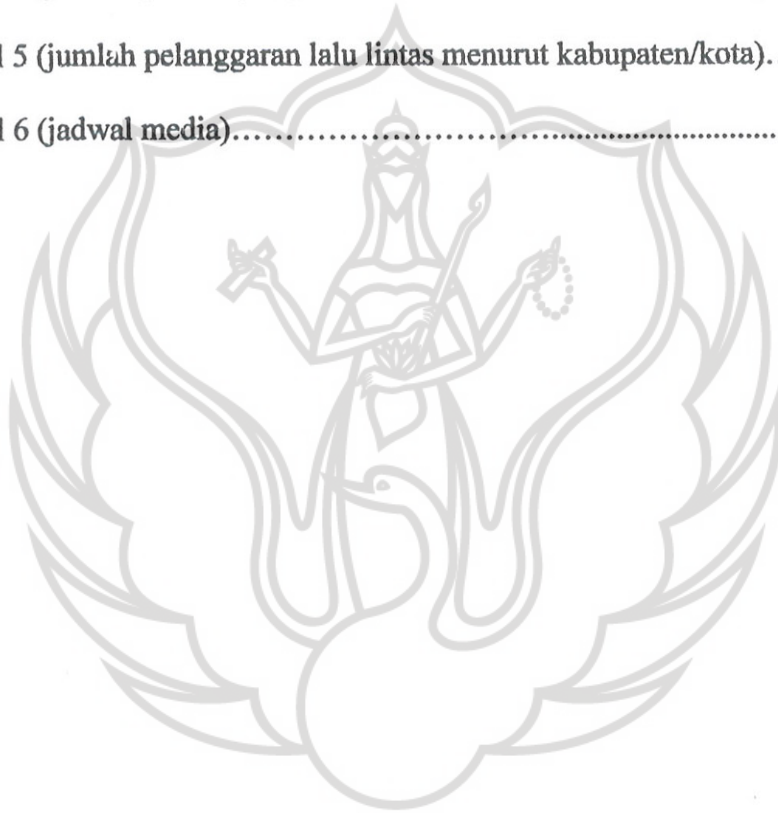
Bagan 1 (Skematika Perancangan).....	8
--------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	29
Gambar 2.....	30
Gambar 3.....	30
Gambar 4.....	31
Gambar 5.....	31
Gambar 6.....	168
Gambar 7.....	170
Gambar 8.....	170
Gambar 9.....	171
Gambar 10.....	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1 (jumlah kecelakaan lalu lintas menurut jenis kendaraan).....	14
Tabel 2 (jumlah pelanggaran lalu lintas perbulan di Prov D.I Yogya).....	15
Tabel 3 (kecelakaan lalu lintas menurut kabupaten/kota di Prov D.I Yogya).....	16
Tabel 4 (jumlah pelaku yang terlibat kecelakaan menurut kelompok umur).....	17
Tabel 5 (jumlah pelanggaran lalu lintas menurut kabupaten/kota).....	18
Tabel 6 (jadwal media).....	65



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SUB JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Perancangan.....	3
D. Batasan Lingkup Perancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	5
F. Metode Perancangan.....	6
G. Kerangka Dasar Perancangan.....	11
BAB II IDENTIFIKASI.....	9
A. Identifikasi Data.....	9
1. Pengaruh Telepon Genggam Terhadap Perilaku Pemakainya.....	20
2. Fungsi Dan Manfaat Telepon Genggam.....	19

3. Kerugian Pemakaian Telepon Genggam	20
4. Etika Berkendara.....	24
5. Data Klien.....	28
6. Logo Dinas Perhubungan.....	29
7. Data Visual.....	30
B. Analisis Data.....	32
1. <i>Who</i>	32
2. <i>What</i>	33
3. <i>Why</i>	35
4. <i>Where</i>	35
5. <i>When</i>	36
6. <i>How</i>	36
C. Kesimpulan.....	36
 BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	 39
A. Sintesis.....	39
1. Tujuan Kampanye.....	40
2. Strategi Kampanye.....	40
B. Perencanaan Media (<i>Media Plan</i>).....	41
1. Tujuan Media.....	42
a. Jangkauan (<i>Reach</i>).....	42
b. Frekuensi (<i>Frequency</i>).....	43
c. Kesenambungan / Kontinuitas (<i>Continuity</i>).....	43

2. Strategi Media.....	44
a. Segmentasi <i>Target Audience</i>	44
1) Segmentasi Geografis.....	44
2) Segmentasi Demografis.....	45
3) Segmentasi Psikografis.....	45
4) Segmentasi Behavioristis.....	45
b. Paduan Media (<i>Media Mix</i>).....	45
1) Seleksi Media (<i>Media Selection</i>).....	47
2) Prioritas Media (<i>Media Priority</i>).....	56
3. Program Media (<i>Media Program</i>).....	59
a. Program Penjadwalan Media.....	65
4. Biaya Media (<i>Media Budget</i>).....	66
C. Perencanaan Kreatif (<i>Creative Plan</i>).....	71
1. Tujuan Kreatif (<i>Creative Objective</i>).....	72
2. Strategi Kreatif (<i>Creative Strategy</i>).....	72
a. <i>Target Audience</i> (TA) Kreatif.....	73
b. Paduan Kreatif (<i>Creative Mix</i>).....	74
1) Isi Pesan (<i>Content</i>).....	74
2) Bentuk (<i>Form</i>) Pesan.....	76
3) Strategi Visual.....	80
3. Program Kreatif (<i>Creative Program</i>).....	89
a. Dasar Tema.....	90
b. Pendukung Dasar Tema.....	90

1) Ilustrasi Visual.....	90
2) <i>Copywriting</i>	91
3) Bodycopy.....	92
4) Tipografi.....	92
5) Maskot.....	94
6) Warna.....	95
c. Pedoman Bentuk Pesan.....	96
1) Media Bus.....	97
2) Media <i>Outdoor</i>	97
3) Media Pendukung.....	100
BAB IV VISUALISASI DESAIN.....	104
A. Konsep Tata Desain.....	104
1. Tujuan Tata Desain.....	107
2. Program Tata Desain.....	108
B. Program Tata Desain Media Terpilih.....	108
1. Layout Maskot.....	109
2. Layout Bus (Trans ad).....	112
3. Layout <i>Coverboard</i>	122
4. Layout Poster.....	127
5. Layout Spanduk.....	132
6. Layout Stiker.....	137
7. Layout Surat Kabar (Koran)	142

8. Layout Majalah.....	147
9. Layout <i>Banner</i>	152
10. Layout <i>Keychain</i>	158
11. Layout <i>T-Shirt</i>	163
12. Layout <i>Mug</i>	168
13. Layout Pin.....	173
BAB V PENUTUP	178
A. Kesimpulan	178
B. Saran	179
DAFTAR PUSTAKA	180
LAMPIRAN	181

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti diketahui kemajuan teknologi komunikasi sekarang ini memang semakin maju pesat, seiring dengan kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi dengan bermacam macam alasan dan kebutuhannya. Kemajuan teknologi komunikasi informasi juga membawa sebuah dampak baru yang jarang dijadikan pertimbangan oleh penggunanya. Apalagi dampak yang diakibatkan dari penggunaan teknologi ini menyangkut persoalan keamanan penggunanya, tanpa disadari keadaan ini menjadi ancaman serius. Berbagai kemajuan teknologi memang memiliki risiko sendiri yang senantiasa harus menjadi pertimbangan.

Berbagai kemajuan teknologi memang memiliki risiko yang senantiasa harus dipertimbangkan ketika ingin digunakan. Cara kita menggunakan teknologi itu sendiri, karena ketidakpahaman atau malas membaca buku petunjuk, sering kali menjadi fatal yang membahayakan diri sendiri dan orang lain.

Contoh yang paling mudah dan sering di temui sehari-hari yang berkaitan antara teknologi komunikasi informasi dan kecelakaan adalah menggunakan telepon genggam sambil mengemudi kendaraan. Hal ini sangat mengganggu disebabkan karena tingkah para pengemudi di jalanan raya yang mengganggu lalu lintas karena pengemudinya ternyata sedang asyik menggenggam telepon genggam sekaligus mengemudikan kendaraannya.

Yang lebih menyedihkan lagi, beberapa kali ditemui seorang pengendara sepeda motor yang masih sempat menggunakan telepon genggamnya untuk ber SMS seakan tidak peduli dengan keselamatan diri sendiri maupun orang lain. Masyarakat pun tidak terlalu risau dengan keselamatan nyawa sendiri atau orang lain walaupun angka statistik menunjukkan kecelakaan lalu lintas di Indonesia sejak tahun 2004 adalah pembunuh nomor tiga yang menyebabkan lebih dari 30.000 orang tewas.¹

Selama ini mungkin belum tersedia data statistik yang dapat menunjukan secara langsung adanya korelasi antara kecelakaan lalu lintas dan penggunaan ponsel. Namun, kalau dilihat dalam kehidupan sehari-hari, penggunaan telepon genggam ketika sedang mengemudi berpotensi menimbulkan kecelakaan.

Argumentasinya sederhana saja. Bagaimana seorang pengendara bisa berkonsentrasi di jalan raya kalau salah satu tangan yang seharusnya digunakan untuk mengendalikan kemudi, sibuk mengoperasikan telepon genggam. Menurut riset yang dilakukan *Transport Research Laboratory* di Inggris tersebut, 50 persen reaksi para pengemudi langsung memperlambat kendaraannya ketika terdengar nada dering dari telepon genggamnya. Dan, memang pada saat mengemudi, sudah seharusnya tidak melakukan aktivitas lain yang harus dilakukan selain mengemudi itu sendiri.²

Oleh sebab itu perlu diadakan sebuah sosialisasi tentang bagaimana mengemudi dengan aman dan nyaman saat berkendara lewat sebuah kampanye. Kampanye ini berupa iklan layanan masyarakat (ILM) melalui media lini atas

¹ www.kompas.com/kompas-cetak/0601/23/tekno/2387122.htm

² Kompas, Kamis, 26-10-1995. Halaman: 16/ Blog Aman Berkendara.mht

(*Above the line*). Alasan dipilihnya media lini atas karena media ini paling sering bersinggungan langsung dengan khalayak sasaran dari kampanye ini. Dan tidak diragukan lagi bahwa peranan ILM sebagai media komunikasi adalah untuk menginformasikan kepentingan umum, dengan salah satu tujuannya yaitu mengubah perilaku (*habbit*).

Demi mewujudkan kampanye ILM ini maka Dinas Perhubungan Jogjakarta berinisiatif untuk memprakarsai kampanye ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh aktifitas ber SMS atau berbicara dengan telepon genggam saat berkendara adalah hal yang membahayakan. Perilaku yang kurang disiplin ini jelas dapat membahayakan keselamatan, baik itu keselamatan diri sendiri juga keselamatan orang lain. Sekarang bagaimana cara membuat Perancangan Desain Komunikasi Visual yang efektif sebagai salah satu bentuk pesan moral kepada para pengguna kendaraan dan jalan supaya dapat lebih bijaksana saat menggunakan telepon genggam selama berkendara, sehingga dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi semua pengguna jalan sekaligus berupaya menekan angka kecelakaan lalu lintas.

C. Tujuan Perancangan

Keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara serta keamanan di jalan raya adalah tujuan dari perancangan kampanye ini. Bagaimana menghimbau para pengguna jalan untuk dapat menghargai keselamatan diri sendiri dan menghargai orang lain, sopan dalam berkendara dan beretika agar bisa lebih bijak dalam menggunakan telepon genggam, dengan membuat pesan persuasif yang dapat menggugah kesadaran para pengguna jalan untuk bisa lebih bijaksana saat berkomunikasi melalui telepon genggamnya selama beraktifitas mengemudi. Perancangan ini diharapkan dapat menekan angka kecelakaan lalu lintas dan membantu kenyamanan kepada para pengguna jalan.

1. Untuk memperoleh konsep kreatif yang komunikatif dan persuasif yang dapat mempengaruhi *target audience* dari melakukan aktifitas komunikasi menggunakan telepon genggam di saat berkendara.
2. Untuk memperoleh konsep media yang efektif dan efisien yang dapat menjangkau *target audience* dari perancangan komunikasi visual ini.
3. Untuk memperoleh konsep tata visual/desain yang menarik dan dapat menarik perhatian *target audience* dari perilaku sehari hari dalam menggunakan telepon genggam.

D. Batasan Ruang Lingkup Perancangan

Harus disadari sekarang untuk merebut perhatian masyarakat saat ini memang sulit. Ruang publik maupun ruang pribadi saat ini telah penuh sesak oleh keberadaan iklan komersial, yang akhirnya membuat sebuah iklan kampanye berjuang mati-matian dalam merebut perhatian masyarakat. Oleh sebab itu Perancangan kampanye Etika menggunakan telepon genggam saat berkendara ini ditekankan pada aspek-aspek menciptakan berbagai bentuk komunikasi visual yang komunikatif, persuasif dan menarik yang diharapkan masyarakat mampu menangkap pesan yang disampaikan bahwa etika berkendara yang bijak itu harus dimulai dari diri kita sendiri.

Secara geografis ruang lingkup perancangan ini melingkupi D.I.Yogyakarta. Perancangan kampanye etika berkendara bijak dengan telepon genggam merupakan kampanye yang ditujukan untuk khalayak sasaran utama warga Yogyakarta. Dan berdasarkan segmentasi demografis, target audiencenya adalah:

1. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
2. Usia 17-30 tahun
3. Semua golongan

E. Manfaat Perancangan

Diharapkan perancangan ini dapat memberi manfaat:

1. Bagi bidang desain komunikasi visual, perancangan ini dapat digunakan sebagai referensi metode perancangan komunikasi visual kampanye iklan

layanan masyarakat yang dalam perancangan ini mengangkat tema “Etika menggunakan telepon genggam saat berkendara”.

2. Bagi masyarakat untuk dapat lebih menghormati keselamatan diri sendiri baik keselamatan orang lain saat beraktifitas di jalanan, setelah adanya perancangan kampanye ini.

F. Metode Perancangan

1. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain diambil dari kantor Ditlantas Polda provinsi D.I Yogyakarta, survey, wawancara, dan mengakses dari Internet serta dokumentasi lapangan.
2. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis 5W +1H, (*who, what, why, where, when, how*)

Analisis 5W+1H diuraikan sebagai berikut:

a. *Who*

Siapa target kampanye Etika Menggunakan Telepon Genggam Saat Berkendara.

b. *What*

Bentuk pesan dan pendekatan seperti apa yang akan disampaikan guna mendukung kampanye Etika Menggunakan Telepon Genggam Saat Berkendara.

c. *Why*

Mengapa perancangan kampanye Etika Menggunakan Telepon

Genggam Saat Berkendara perlu diciptakan.

d. *Where*

Di mana lokasi yang akan dipilih untuk bentuk perancangan komunikasi visual dengan menggunakan media utama dan bentuk perancangan komunikasi visual menggunakan media pendukung.

e. *When*

Kapan terealisasinya perancangan komunikasi visual guna mengkampanyekan perancangan yang akan dibuat.

f. *How*

Bagaimana bentuk akhir dari Perancangan Desain Komunikasi Visual kampanye Etika Menggunakan Telepon Genggam Saat Berkendara, menggunakan media utama dan media pendukung.

3. Metode konsep perancangan dilakukan melalui tiga pembahasan, yaitu:

- a. Perencanaan media.
- b. Perencanaan kreatif.
- c. Perencanaan tata desain.

4. Metode visualisasi desain berdasarkan medianya.

Media Lini Atas melalui tiga tahapan, yaitu:

- a. *Layout ide (idea layout)*.
- b. *Layout kasar (rough layout)*.
- c. *Layout lengkap (comprehensive layout)*.

G. Kerangka Dasar Perancangan

