Laporan Pengantar Proyek Tugas Akhir

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN JALAN KAKI

DK 38315 Tugas Akhir

Semester I 2009/2010

Oleh :

Fauzi Marthadani

51904046

Program Studi Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2010

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum, Wr. Wb

Puji dan syukur kehadirat Allah Swt yang telah memberi rahmat serta karunianya. Sehingga penelitian ini dapat menyusun Laporan Pengantar Proyek Tugas Akhir dengan judul "**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN JALAN KAKI**". Laporan ini disusun sebagai syarat Mata Kuliah Tugas Akhir untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di Universitas Komputer Indonesia.

Selama dalam proses penyusunan laporan Pengantar Proyek Tugas Akhir ini terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis banyak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing, Dosen Penguji dan rekan-rekan yang selalu memberi dukungan, masukan yang sangat berguna bagi penulis. Sehingga laporan ini dapat di selesaikan.

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Wassalammualaikum, Wr. Wb.

Bandung, Pebruari 2010

Penulis

Lembar Pengesahan

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN JALAN KAKI

DK 38315 Tugas Akhir

Semester I 2009/2010

Oleh :

Fauzi Marthadani

51904046

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disahkan dan Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing :

Ambarsih Ekawardhani., M.Sn.

Koordinator Tugas Akhir (TA)

Ambarsih Ekawardhani., M.Sn.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar i

Lembar Pengesahan ii

Daftar Isi iii

Daftar Gambar v

BAB I Pendahuluan 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah 3

1.3. Fokus Masalah 3

1.4. Tujuan Perancangan 3

1.5. Kata Kunci 4

BAB II Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki 6

2.1. Jalan Kaki 6

2.1.1 Penegrtian Jalan Kaki 6

2.1.2 Efek dan Manfaat Dari Jalan Kaki 6

2.2. Kurangnya Aktifitas Fisik Jalan Kaki 11

2.2.1 Temuan Berdasarkan hasil Angket 13

2.3. Jalan Kaki Yang Sehat 17

2.3. Penyelesaian Masalah 18

2.3.1 Solusi Permasalahan 18

2.4. Khalayak Sasaran 18

BAB III Strategi Perancangan Dan Konsep Visual Media Kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki 21

3.1. Strategi Perancangan 21

3.2. Strategi Komunikasi 21

3.2.1 Tujuan Komunikasi 22

3.2.2 Tema Dasar Komunikasi 23

3.2.3 Materi Pesan 23

3.3. Strategi Kretif..... 24
3.4. Strategi Visual 25
3.5. Pendekatan Visual 25
3.6. Kata Kunci 28
3.7. Strategi Media 28
3.7.1 Pemilihan Media 29
3.7.2 Pertimbangan Dasar Penyebaran Media 30
3.7.3 Tahap-Tahap Perencanaan 30
3.7.4 Acara Penyebaran Media Kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki 31
3.8. Konsep Visual Perancangan Media Kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki 32
3.8.1 Format Desain 32
3.8.2 Lay Out 32
3.8.3 Tipografi 33
3.8.4 Ilustrasi 33
3.8.5 Warna 33
3.8.6 Konsep Logo 35
BAB IV Perancangan Desain dan Teknis Media Kampanye 36
4.1. Teknik dan Perancangan 36
4.1.1 Media Primer 36
4.1.2 Media Skunder 40

Daftar Pustaka 48
Lampiran 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan alasan masyarakat memiliki kendaraan bermotor 14

Gambar 2.2. Bagan kegunaan kendaraan bermotor berdasarkan jarak tempuh 14

Gambar 2.3. Bagan alasan penggunakan kendaraan bermotor relatif dekat 15

Gambar 2.4. Bagan pendapat atau persepsi masyarakat 16

Gambar 3.1. Konsep Visual 26

Gambar 3.2. Konsep warna 27

Gambar 3.3. Skema rencana pra event 30

Gambar 3.4. Skema media acara 31

Gambar 3.5. Skema penempatan media 32

Gambar 3.6. Konsep logo 35

Gambar 4.1. Poster dan penempatannya 36

Gambar 4.2. Billboard dan penempatannya 37

Gambar 4.3. Baligho dan penempatannya 38

Gambar 4.4. Spanduk dan penempatannya 38

Gambar 4.5. Umbul-umbul 39

Gambar 4.6. Flyer 40

Gambar 4.7. ID card 40

Gambar 4.8. Banner untuk kaca mobil dan penempatannya 41

Gambar 4.9. Iklan surat kabar dan penempatannya 42

Gambar 4.10. T-shirt 42

Gambar 4.11. Payung 43

Gambar 4.12. Topi 43

Gambar 4.13. Sandal 44

Gambar 4.14. Mug 44

Gambar 4.15. Pin 45

Gambar 4.16. Kalender 45

Gambar 4.17. Stiker 46

Gambar 4.18. Jam dinding 46

Gambar 4.19. Gantungan Kunci 47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berjalan kaki merupakan aktifitas fisik untuk pergerakan internal kota, satu-satunya alat untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial dengan tatap muka yang ada di dalam aktivitas komersial dan kultural di lingkungan kehidupan kota.

Di zaman yang maju ini, teknologi telah berkembang. Manusia menciptakan mesin untuk memudahkan serta efisien dalam bertransportasi. Seperti kendaraan bermotor. Kendaraan bermotor ini sangat berguna bagi manusia untuk transportasi, karena dapat menempuh jarak yang jauh dengan cepat dan tidak membuang waktu.

Jalan kaki dan kendaran bermotor telah menjadi alat untuk berpindah tempat dari satu tempat ke tempat yang lain. Kedua alat ini memiliki perbedaan peruntungan bagi manusia.

Dengan jalan kaki, manusia dapat berpindah tempat dari satu tempat ke tempat lain. Serta memiliki kecepatan rendah sehingga menguntungkan karena dapat mengamati lingkungan sekitar dan mengamati objek secara detail serta mudah menyadari lingkungan sekitarnya. Dan jika di hubungkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki banyak manfaatnya.

Bila dengan berkendaraan bermotor, manusia dapat berpindah tempat dari satu tempat ke tempat lain dengan cepat dan tidak menguras energi dan waktu.

Setelah banyaknya produksi mesin transportasi ini, sebagian manusia telah tergantung pada kendaraan bermotor sebagai alat transportasi.

hampir semua orang memiliki kendaraan bermotor. Dikarenakan alat ini cukup efisien untuk berpergian serta modern.

Namun dengan kendaraan bermotor ini, sebagian masyarakat menjadi bermalas-malasan untuk berjalan kaki. Dengan alasan malas, malu, gengsi dan melelahkan. Seperti contoh ; sebagian masyarakat yang tinggal di pemukiman besar berpergian ke sebuah warung, minimarket dan tempat ibadah menggunakan kendaraan bermotor, meskipun dengan jarak tempuh yang relatif dekat yang mampu di tempuh dengan jalan kaki.

Tidak disalahkan, dengan kendaraan bermotor manusia bergerak untuk efisien dan modern. Hanya saja, dengan jarak tempuh yang relatif dekat dan mampu dijangkau dengan jalan kaki sebagian manusia telah tergantung pada kendaraan bermotor. Padahal dengan berjalan kaki, dapat lebih irit dalam bahan bakar kendaraan bermotor, serta dapat melihat situasi lingkungan sekitar secara detail. Bahkan jika dihubungkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki manfaat yang cukup banyak.

Karena pada dasarnya, aktivitas fisik jalan kaki yang dilakukan secara berkesinambungan dan dalam waktu yg panjang dapat melatih kesegaran jasmani seseorang. Selain melatih kesegaran jasmani, oksigen yang dihirup dan diedarkan akan melancarkan sirkulasi darah. Efeknya, kondisi tubuh tak cepat lelah dan lebih cepat mengembalikan tubuh pada kondisi normal, serta mengurangi stres atau depresi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut :

a. Aktifitas fisik sederhana yang sudah demikian ditinggalkan karena tuntutan hidup serba cepat yang difasilitasi oleh pesatnya perkembangan teknologi. Walaupun dengan jarak yang relatif dekat.

b. Sebagian masyarakat yang tinggal di pemukiman besar berpergian ke sebuah warung, minimarket dan tempat ibadah menggunakan kendaraan bermotor, meskipun dengan jarak tempuh yang relatif dekat dan mampu di tempuh dengan jalan kaki.

c. Malas berjalan kaki dikarenakan sebagian masyarakat telah tergantung pada kendaraan bermotor.

d. Gengsi atau malu bahwa dengan berkendaraan bermotor masyarakat dapat terlihat meningkat taraf hidup dan status sosialnya.

1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka fokus masalah dalam perancangan kampanye Hidup Sehat Dangen Jalan Kaki ini adalah bagaimana masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor dan tergantungan terhadap kendaraan bermotor dapat dikurangi dengan aktifitas fisik jalan kaki dengan jarak ralatif dekat yang dapat menghasilkan manfaat kesehatan bagi lingkungan maupun tubuh.

1.4 Tujuan Perancangan

Mengingatkan masyarakat terhadap pentingnya berjalan kaki bahwa dengan jarak yang relatif dekat, masih mampu dilampaui dengan berjalan

kaki. serta mengurangi sikap ketergantungan terhadap kendaraan bermotor dan sifat malas, gengsi dan malu untuk berjalan kaki. Karena dengan berjalan kaki suasana lingkungan sekitar menjadi lebih sehat dan lebih manusiawi. Dan jika dikaitkan dengan kesehatan, maka jalan kaki sangat memiliki manfaat yang begitu banyak.

Dengan dirancangnya media informasi berupa kampanye sosial ini diharapkan kedepannya para masyarakat dikota Bandung khususnya pengguna kendaraan roda dua atau sepeda motor ini akan menjadi lebih memperhatikan lagi untuk berjalan kaki yang sudah hampir ditinggalkan, karena ketergantungan terhadap menggunakan kendaraan bermotor dalam jarak relatif dekat yang masih mampu dilampaui dengan jalan kaki.

1.5 Kata kunci

a. Kampanye

Menurut laman wikipedia.com, Kampanye adalah sebuah tindakan politik bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh peorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa juga dilakukan guna mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pecapaian. Dalam sistim politik demokrasi, kampanye politis berdaya mengacu pada kampanye *elektoral* pencapaian dukungan, di mana wakil terpilih atau referenda diputuskan. Kampanye politis tindakan politik berupaya meliputi usaha terorganisir untuk mengubah kebijakan di dalam suatu institusi.

b. Sehat

Sehat menurut kamus besar bahasa indonesia adalah keadaan baik seluruh badan serta bagian-bagiannya (bebas dari rasa sakit); waras.

Sedangkan menurut menurut UU 23 tahun 1992, kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi (bab 1 ketentuan umum pasal 1 butir 1). WHO dalam memberikan definisi sehat adalah *a state of completely physical, mental, and social well being and not merly the absent of disease or infirmity* (Suatu keadaan yang sempurna baik fisik, mental dan sosial tidak hanya bebas dari penyakit atau kelemahan)

Jadi sehat itu bukan hanya tidak adanya penyakit atau rasa sakit pada diri kita tapi juga seorang dapat dikatakan benar-benar sehat apabila ia itu terlihat sehat bukan hanya pada fisiknya tapi juga aspek kejiwaannya atau psikologisnya, bahkan UU no.23 tahun 1992 menambahkan definisi sehat menjadi lebih sukar lagi yaitu selain sehat secara fisik, psikis, dan sosial tapi juga seseorang itu baru dapat dikatakan sehat apabila ia produktif.

c. Jalan Kaki

- Menurut laman wikipedia.com, Jalan kaki adalah olahraga yang murah, aman dan sangat menyenangkan bila dilakukan bersama-sama teman, pasangan atau keluarga.

BAB II

HIDUP SEHAT DENGAN JALAN KAKI

2.1 Jalan Kaki

2.1.1 Pengertian Jalan Kaki

- Menurut laman wikipedia.com, jalan kaki adalah olah raga yang murah, aman dan sangat menyenangkan bila dilakukan bersama-sama teman, pasangan atau keluarga.
- Menurut John J. Fruin, dalam buku Pedestrian Planning and Design di laman elevatorbooks.stores.yahoo.net, Berjalan kaki merupakan alat untuk pergerakan internal kota, satu-satunya alat untuk memenuhi kebutuhan interaksi tatap muka yang ada di dalam aktivitas komersial dan kultural di lingkungan kehidupan kota.
- Menurut Amos Rapoport dalam buku House Form and Culture di laman goodreads.com, adalah dilihat dari kecepatannya roda jalan kaki mempunyai kelebihan, yaitu kecepatan rendah sehingga menguntungkan karena dapat mengamati lingkungan sekitar dan mengamati obyek secara detail serta mudah menyadari lingkungan sekitarnya.

2.1.2 Efek dan Manfaat dari Jalan Kaki

Pada dasarnya dengan jalan kaki, manusia dapat lebih irit dalam bahan bakar kendaraan bermotor dan dapat melihat situasi lingkungan sekitar secara detail. Bahkan jika dihubungkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki manfaat yang cukup banyak.

Karena, aktivitas fisik jalan kaki yang dilakukan secara berkesinambungan dan dalam waktu yang panjang dapat melatih

kesegaran jasmani seseorang. Selain melatih kesegaran jasmani, oksigen yang dihirup dan diedarkan akan melancarkan sirkulasi darah. Efeknya, kondisi tubuh tak cepat lelah dan lebih cepat mengembalikan tubuh pada kondisi normal, serta mengurangi stres atau depresi.

Menurut laman AdPRO Indonesia.com Sebagaimana penjelasan instruktur kesehatan *Alice Peters Diffely*, Adapun manfaat-manfaat dari berjalan kaki, sebagai berikut :

a. Memperbaiki efektifitas jantung dan paru-paru.
   Otot jantung membutuhkan aliran darah lebih deras (dari pembuluh koroner yang memberinya makan) agar bugar dan berfungsi normal memompakan darah tanpa henti. otot jantung membutuhkan aliran darah yang lebih deras dan lancar. Berjalan kaki memperderas aliran darah ke dalam koroner jantung. Dengan demikian kecukupan oksigen otot jantung terpenuhi dan otot jantung terjaga untuk bisa tetap cukup berdegup.

b. Membakar lemak dalam tubuh.
   Berjalan kaki satu jam selama lima hari dalam satu minggu dan mengkonsumsi 1.500 kalori tiap hari, dapat mengurangi berat badan sebanyak 11,3 kilogram dalam setahun. Dengan jalan kaki dapat menghindari obesitas yang sering memicu berbagai penyakit.

c. Meningkatkan metabolisme tubuh, karena membakar kalori lebih cepat sekalipun pada saat istirahat.
   Dengan membiasakan berjalan kaki rutin, laju metabolisme tubuh ditingkatkan. Selain sejumlah kalori terbuang oleh aktivitas berjalan kaki, kelebihan kalori yang mungkin ada akan

terbakar oleh meningkatnya metabolisme tubuh, sehingga kenaikan berat badan tidak terjadi.

d. Membuat tidur lebih nyenyak.
   Berjalan cepat di sore hari akan membuat tidur lebih nyenyak. Para ahli mengatakan bahwa berjalan kaki akan meningkatkan hormon serotonin yang dapat memebuat rasa lebih nyaman. Akan tetapi hindari berjalan kaki dua jam sebelum tidur.

e. Membantu menyembuhkan stress.
   Berjalan kaki 90 menit selama lima kali dalam seminggu bisa membuat lebih bahagia, karena tubuh manusia memproduksi endorphin, yaitu semacam hormon yang membuat orang menjadi bahagia.

f. Memperlambat penuaan.
   Beberapa studi yang telah dilakukan menyarankan pada manula untuk lebih sering berjalan kaki karena dapat mengurangi terkena risiko penyakit alzheimer. Berjalan kaki juga membuat otak menjadi aktif.

g. Mengurangi rasa sakit atau pegal-pegal.
   Sebagaimana penjelasan instruktur kesehatan *Alice Peters Diffely* di laman AdPRO Indonesia.com, berjalan kaki secara reguler akan membuat tubuh merasa nyaman karena adanya gerakan yang terjadi pada tubuh, termasuk pergerakan tangan dan yang paling utama adalah kaki. "Berjalan kaki akan mengurangi risiko cedera atau kram dan membuat tubuh Anda terasa labih baik.

h. Menurunkan tingkat kolesterol dalam darah.

   kolesterol baik yang bekerja sebagai penyaring penyerap kolesterol jahat akan meningkat dengan berjalan kaki. Tidak banyak cara di luar obat yang dapat meningkatkan kadar kolesterol baik selain dengan bergerak badan.

i. Menurunkan tingkat darah tinggi.

   Kelenturan pembuluh darah arteri tubuh yang terlatih menguncup dan mengembang akan terbantu oleh mengecangnya otot-otot tubuh yang berada di sekitar dinding pembuluh darah sewaktu melakukan kegiatan berjalan kaki. Hasil akhirnya, tekanan darah cenderung menjadi lebih rendah, perlengketan antarsel darah yang bisa berakibat gumpalan bekuan darah penyumbat pembuluh juga akan berkurang.

j. Membantu mencegah dan mengontrol diabetes.

   Hidup bersama penyakit diabetes memang tidak nyaman. Selain bisa mengundang komplikasi, diabetes membuat orang bergantung pada obat dan harus menjalani diet ketat seumur hidup. Padahal, salah satu kiat untuk mencegah penyakit ini sebenarnya mudah, cukup rajin berjalan kaki. Cukup dengan jalan kaki 45 menit per hari.

   Kegiatan berjalan selama 45 menit per hari dapat membantu penderita diabetes menggunakan kadar gula dalam tubuhnya lebih baik.

   Tim peneliti *magnetic resonance imaging (MRI)* melakukan studi terhadap 10 pasang orang penderita diabetes tipe 2 yang memiliki kondisi yang sama termasuk tinggi badan, berat badan dan usia serta meminta mereka untuk berjalan lebih dari 10.000 langkah perhari.

Hasil dari tes menunjukkan, orang yang berjalan lebih dari 45 menit per hari dapat membakar 20% lemak. Sehingga dapat meningkatkan kemampuan otot untuk menyimpan gula dalam darah dan mengontrol diabetes.

k. Menurunkan beberapa resiko kanker seperti kanker prostat dan payudara.

   Sebagaimana penjelasan instruktur kesehatan *Alice Peters Diffely* di laman AdPRO Indonesia.com, berjalan kaki secara rutin, setidaknya jenis kanker usus besar (colorectal carcinoma). Bergerak badan ikut melancarkan peristaltik usus, sehingga buang air besar lebih tertib. Kanker usus dicetuskan pula oleh tertahannya tinja lebih lama di saluran pencernaan.

   “Journal of the American medical association menyebutkan bahwa berjalan kaki beberapa jam saja dalam sepekan bisa mengurangi bahaya resiko terkena kanker payudara. Ketika berjalan kaki, lemak pada perempuan akan berkurang dan menjadi sumber estrogen. Dalam studi ini disimpulkan 74 ribu perempuan mengalami post-menopause yang berumur antara 50-79 tahun dengan berat badan normal, ternyata mengalami penurunan resiko kanker payudara sebesar 30%, dan sekitar 10-20% bagi perempuan yang kelebihan berat badan.

l. Membantu rehabilitasi dari serangan jantung dan stroke.

   Sebagaimana penjelasan Dr. Handrawan Nadesul di laman Kompas.com, Manfaat berjalan kaki terhadap stroke pengaruhnya belum senyata terhadap serangan jantung koroner, beberapa studi menunjukkan hasil yang menggembirakan. Bukti alami dari nenek-moyang yang lebih banyak melakukan kegiatan berjalan kaki setiap hari, kasus stroke zaman dulu tidak sebanyak sekarang. Salah satu studi

terhadap 70 ribu perawat (Harvard School of Public Health) yang dalam bekerja tercatat melakukan kegiatan berjalan kaki sebanyak 20 jam dalam seminggu, risiko mereka terserang stroke menurun duapertiga.

m. Memperkuat otot kaki, paha dan tulang.

Dengan gerak badan dan berjalan kaki cepat, bukan saja otot-otot badan yang diperkokoh, melainkan tulang-belulang juga. Untuk metabolisme kalsium, bergerak badan diperlukan juga, selain butuh paparan cahaya matahari pagi. Tak cukup ekstra kalsium dan vitamin D saja untuk mencegah atau memperlambat proses osteoporosis. Tubuh juga membutuhkan gerak badan dan memerlukan waktu paling kurang 15 menit terpapar matahari pagi agar terbebas dari ancaman osteoporosis.

2.2 Kurangnya Aktivitas Fisik Jalan Kaki

Akibat dari kurangnya aktivitas fisik jalan kaki disebabkan mental masyarakat terhadap gaya hidup modern dan tidak ingin ketinggalan zaman, dengan memiliki berkendaraan bermotor serta memanfaatkan fasilitas dan teknologi yang ada. Fungsi dari jalan kaki sudah hampir ditinggalkan disebabkan rasa malas yang disebabkan rasa ketergantungan serta penggunaan terhadap kendaraan bermotor yang tidak perlu.

Peningkatan penggunaan kendaraan bermotor disebabkan karena, sebagai berikut :

a. Produktifitas yang Tidak Terbatas Serta Ketergantungan pada Minyak Bumi Sebagai Sumber Energi

Menurut menteri pemberdayaan lingkungan dimedia elektronik TVONE, Indonesia tidak memiliki batasan dalam memproduksi

dan memiliki kendaraan bermotor. Hal ini mengakibatkan banyaknya pengguna kendaraan bermotor di Indonesia. Hanya saja, baru ini Indonesia memiliki batasan tingkat polusi kendaraan bermotor melalui tes uji emisi kendaraan bermotor yaitu tidak boleh melebihi dari 3,00 kadar CO_2 yang di keluarkan kendaraan bermotor tersebut. Itupun baru dilakukan dan diterapkan di Ibu Kota Jakarta.

Saat ini masyarakat perkotaan sangat tergantung pada kendaraan bermotor yang bersumber energi berasal dari minyak bumi dengan konsumsi yang terus-menerus menunjukkan peningkatan. Sektor transportasi merupakan konsumen BBM terbesar yang diakibatkan terjadinya lonjakan penjualan kendaraan bermotor.

Untuk waktu yang cukup lama, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan subsidi harga Bahan Bakar Minyak (BBM), sehingga menimbulkan perilaku penggunaan BBM yang boros dan tidak effisien antara lain mendorong orang untuk menggunakan kendaraan untuk melakukan perjalanan yang tidak perlu. Seperti, menggunakan kendaraan bermotor dengan jarak relatif dekat yang masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki.

b. Pertumbuhan Ekonomi yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Pertumbuhan ekonomi juga mendorong perubahan gaya hidup penduduk kota sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan. Walaupun bukan menjadi satu-satunya alasan, namun meningkatnya pendapatan ditambah dengan adanya kemudahan-kemudahan pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan telah membuat masyarakat kota berupaya untuk tidak

hanya sekedar dapat memenuhi kebutuhan pokok tetapi juga berupaya meningkatkan taraf hidup atau status sosial, misalnya dengan memiliki mobil dan sepeda motor.

c. Kurangnya fasilitas untuk berjalan kaki

Kurangnya fasilitas untuk berjalan kaki diakibatkan padatnya jumlah pengguna kendaraan bermotor yang menjadikan pelabaran jalan raya sebagai fasilitas kendaraan bermotor. Hal ini, barakibat terkikisnya jalur untuk berjalan kaki seperti trotoar.

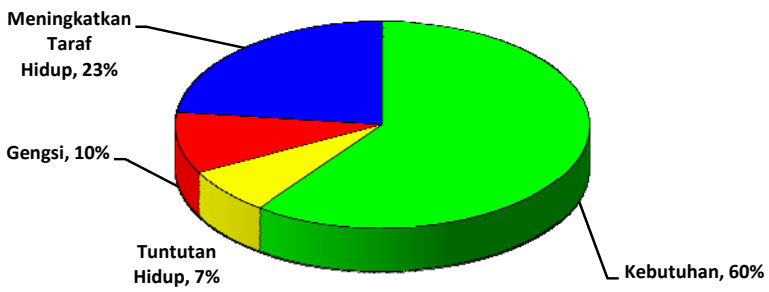
Trotoar pada saat ini, masih kurang layak untuk dinikmati untuk berjalan kaki. karena tidak menariknya trotoar seperti, trotoar yang rusak, adanya tumbuhan atau pohon yang tumbuh di tengah-tengah trotoar dan sempitnya lebar trotoar.

2.2.1 Temuan Berdasarkan Hasil Angket

Adapun hasil dari penelitian melalui analisis angket yang telah dilakukan sebagai studi kasus di wilayah Pemukiman Mekar Indah dan Komplek Parmindo Cijerah Kota Bandung.

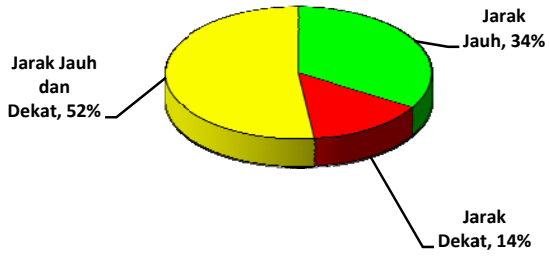
Data yang diperoleh 50% perorang dari 500 keluarga. Hampir 80% semua keluarga memiliki kendaraan bermotor satu unit bahkan lebih dari satu unit kendaraan bermotor.

Alasan masyarakat memiliki kendaraan bermotor sebagai berikut :



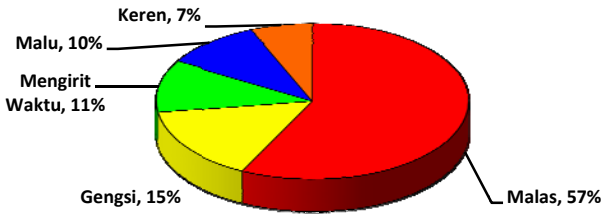
(Gambar 2.1 Bagan alasan masyarakat memiliki kendaraan bermotor)

Kendaraan yang masyarakat gunakan adalah untuk berpergian jarak jauh, jarak dekat dan jarak jauh dekat. Untuk berpergian jarak jauh saja masyarakat menggunakan kendaraan roda empat, sedangkan jarak dekat masyarakat menggunakan kendaraan roda dua. Data yang di peroleh dari penelitian tersebut, sebagai berikut :



(Gambar 2.2 Bagan kegunaan kendaraan bermotor berdasarkan jarak tempuh)

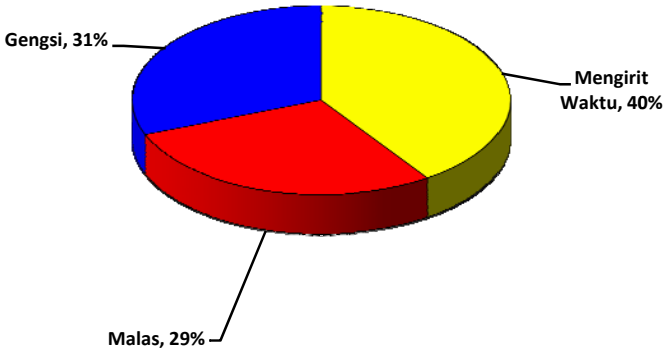
Hasil dari penelitian tersebut, 85% membuktikan bahwa kendaraan yang mereka miliki cukup besar digunakan untuk berpergian dalam jarak dekat yang relatif. Namun 65% masyarakat, ada juga yang menggunakan kendaraan bermotor disalah artikan dan tidak sesuai dengan penggunaannya serta mengurangi aktivitas fisik dengan berjalan kaki. Seperti penggunaan kendaraan bermotor dalam jarak relatif dekat yang masih mampu dilampaui dengan jalan kaki. misalnya pergi ke tempat ibadah, warnet, warung ataupun minimarket (150 - 500 meter) yang masih berada dalam lingkungan komplek atau pemukiman. Adapun hasil dari penelitian tersebut dikarenakan faktor, sebagai berikut :



(Gambar 2.3 Bagan alasan penggunakan kendaraan bermotor relatif dekat)

Hal ini membuktikan bahwa cukup besar masyarakat di Pemukiman Mekar Indah dan Komplek Parmindo Cijerah Kota Bandung, malas untuk berjalan kaki dikarenakan faktor ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.

Dan adapun hasil pendapat atau persepsi masyarakat yang tidak memiliki kendaraan bermotor terhadap pengguna kendaraan bermotor yang tidak sesuai dengan fungsinya, sebagai berikut :



(Gambar 2.4 Bagan pendapat atau persepsi masyarakat)

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- Banyak warga yang memiliki kendaraan bermotor lebih dari satu unit mobil dan motor.
- Kendaraan yang mereka gunakan sebagai kebutuhan sehari-hari dan menjadi rasa ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.
- Kendaraan yang mereka miliki mayoritas digunakan untuk berpergian dalam jarak jauh dan dekat.
- Warga yang menggunakan kendaraan relatif dekat mayoritas karena rasa malas berjalan kaki karena sifat ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.
- Masyarakat berpendapat bahwa dengan kendaraan bermotor mereka dapat mengirit waktu. Padahal kenyataannya dari hasil penelitian yang diperoleh, masyarakat malas untuk berjalan kaki dikarenakan sifat ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.

2.3 Jalan Kaki yang Sehat

Berjalan kaki akan menjadi nyaman dan menyehatkan, bila berjalan kaki dilakukan dengan baik. Adapun cara berjalan kaki yang baik yang menyehatkan serta menghasilkan manfaat bagi kesehatan tubuh.

Sebagai mana penjelasan dari laman TogaKita.com**,** Berjalan kaki yang baik agar terhindar dari cidera dan menjadikan lancarnya peredaran darah yaitu dengan cara :

- Berjalan dengan pandangan lurus kedepan, tidak melihat ke bawah atau tanah.
- Usahakan otot-otot perut berkontraksi dan tegakkan punggung.
- Kendurkan otot bahu, leher dan punggung.
- Melangkah dengan santai dan jangan melangkah terlalu lebar.

Dan, bila berjalan kaki menggunakan sepatu, maka sepatu yang baik digunakan adalah sepatu yang baik bagi kaki. Adapun cara memilih sepatu yang baik bagi kaki, yaitu :

- Sepatu dapat memberikan dukungan yang baik untuk tungkai, dan bukan merupakan suatu tahanan yang besar.
- Sepatu tidak menghalangi fisiologis pergelangan kaki.
- Sepatu disesuaikan dengan usia, karena fungsi tungkai berbeda-beda. Hindari tekanan yang dapat mempengaruhi gerak tubuh, akselerasi dan keseimbangan.
- Perlu menghindari tekanan pada punggung kaki, terutama untuk yang memiliki punggung kaki lebar dan tinggi.

2.4 Penyelesaian Masalah

Konsep kampanye sosial ini mengenai permasalahan Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki adalah upaya penyadaran masyarakat yang telah ketergantungan terhadap penggunaan kendaraan bermotor yang tidak perlu. Seperti penggunaan kendaraan bermotor dengan jarak relatif dekat yang masih dapat dijangkau dengan berjalan kaki. Sehingga dapat dicarikan solusinya. Adapun sudut pandang dari jalan kaki tersebut jika dikaitkan dengan kesehatan yaitu dari faktor manfaat dan dampak dari jalan kaki tersebut.

2.3.1 Solusi Permasalahan

Solusi utama untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan merancang media kampanye yang dapat memberikan informasi secara mudah dan bersifat mengingatkan yang ditujukan pada masyarakat yang ketergantungan terhadap kendaraan bermotor khususnya para pengguna kendaraan roda dua atau sepeda motor, untuk lebih menumbuhkan rasa kepedulian terhadap jalan kaki. Dan jika dikaitkan dengan kesehatan, jalan kaki tersebut memiliki dampak dan manfaat bagi kesehatan.

2.5 Khalayak Sasaran

Perancangan kampanye yang diangkat adalah kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki. Kampanye ini ditujukan pada remaja dan dewasa khusunya masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor dengan rincian sebagai berikut:

Demografi

- Kelompok usia 17 - 25 tahun.

  Karena pada umur 17 – 25 tahun ini memiliki aktivitas yang banyak untuk berpergian, seperti pergi ke tempat pekerjaan, pendidikan dan hiburan.

- Tingkat pendidikannya adalah SLTA dan Perguruan Tinggi.

  Pada umumnya kalangan menengah ke atas lebih peduli terhadap pendidikan sehingga pendidikan minimalnya adalah lulusan SLTA dan tak sedikit dari Perguruan Tinggi. Serta dari segi daya tangkap atau mencerna suatu wacana tingkat SLTA dan Perguruan Tinggi lebih cepat menangkap atau mencerna suatu wacana.

- Pekerjaan Swasta

  Pada umumnya, pekerja swasta tidak menetap bekerja di perusahaannya. Khususnya pekerja swasta dalam bidang kolektor, pekerja ini tergantung pada kendaraan bermotor untuk berpergian dan mensurvei klien. Hal ini, yang mengakibatkan ketergantungan terhadap kendaraan bermotor yang digunakan kesehariaannya untuk berpergian jarak jauh maupun dekat.

Status Ekonomi Sosial

- Kalangan ekonomi menengah ke atas.

  Status ekonomi keluarga dari golongan menengah ke atas. Pada umunya hampir memiliki kendaraan bermotor yang sering berpergian ke tempat hiburan, sekolah dan perkantoran. Kendaraan roda empat maupun roda dua. Karena kendaraan

bermotor menjadi alat transportasi yang sangat efektif untuk berpergian.

Psikografi

- Beraktivitas padat seperti para pelajar dan pekerja, yang kesehariannya bergerak aktif untuk berpergian dengan menggunakan kendaraan bermotor, sehingga dapat menimbulkan keterbiasaan dan ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.

- Suka memperlihatkan barang-barang pribandinya, khususnya kendaraan bermotor.

Geografi

- Pemukiman atau Komplek Perumahan di Kota Bandung

  dengan studi kasus Pemukiman Mekar Indah dan Komplek Perumahan Parmindo Cijerah Bandung

  Karena komplek ini merupakan pemukiman yang berstatus ekonomi menengah ke atas, yang peduli terhadap pendidikan dan hampir memiliki kendaraan bermotor di setiap keluarganya dan ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

MEDIA KAMPANYE HIDUP SEHAT DENGAN JALAN KAKI

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dan diuraikan dari pemecahan masalah hidup sehat dengan jalan kaki yaitu :

- Membuat media kampanye yang bersifat mengingatkan dan mengajak masyarakat untuk tidak ketergantungan menggunakan kendaraan bermotor bilamana jarak yang ditempuh masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki.

3.2. Strategi Komunikasi

Konsep jenis kegiatan kampanye yang digunakan yaitu Ideologically or cause oriented campaigns*,* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Menurut istilah Kotler disebut *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait (Venus, 2004 :11).

Dalam pelaksanaannya, kampanye menggunakan sistem komunikasi massa guna menyampaikan pesan. Komunikasi massa dapat diartikan pesan yang dikomunikasikan melalui media pada jumlah besar orang. Komunikasi massa didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 1996:189).

Permasalahan akibat dari kurangnya keinginan untuk berjalan kaki disebabkan mental masyarakat terhadap gaya hidup modern dan tidak ingin ketinggalan zaman, dengan memiliki berkendaraan bermotor serta memanfaatkan fasilitas dan teknologi yang ada. Fungsi dari jalan kaki sudah hampir ditinggalkan karena sifat malas yang disebabkan ketergantungan dan penggunaan terhadap kendaraan bermotor yang tidak perlu. Untuk itu, perancangan kampanye (komunikasi) disusun agar tepat baik materi, cara penyampaian, dan efektif pada target sasaran.

Strategi yang dilakukan yaitu :

- Menginformasikan dan mengingatkan para masyarakat di pemukiman ataupun komplek perumahan di kota Bandung untuk peduli lagi terhadap aktivitas fisik jalan kaki dan tidak tergantung terhadap kendaraan bermotor khususnya kendaraan roda dua yang digunakan dalam jarak relatif dakat yang masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki.
- Menginformasikan betapa pentingnya berjalan kaki. karena jika dikaitkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia maupun lingkungan sekitar pemukiman penduduk.
- Menggunakan bahasa visual pengingat.

3.2.1. Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan kampanye sebagai media informasi, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media kampanye yang disampaikan bisa tepat pada target sasaran yang ditujukan. Adapun tujuannya adalah sebagai berikut :

- Perancangan media kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas terhadap aktivitas fisik jalan kaki untuk tidak tergantung terhadap kendaraan bermotor

khususnya kendaraan roda dua yang digunakan dalam jarak relatif dakat yang masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki.

- Menumbuhkan kepedulian, betapa pentingnya berjalan kaki. karena jika dikaitkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia maupun lingkungan sekitar pemukiman penduduk.

3.2.2. Tema Dasar Komunikasi

Mengingatkan para masyarakat sekitar pemukiman ataupun komplek perumahan yang memiliki kendaraan bermotor khususnya kendaraan roda dua dikota Bandung untuk menyadari akan peduli lagi terhadap aktivitas fisik jalan kaki dan tidak tergantung terhadap kendaraan bermotor khususnya kendaraan roda dua yang digunakan dalam jarak relatif dakat yang masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki. serta untuk mengetahui manfaat dari jalan kaki dan lingkungan sekitar, jika dikaitkan dengan kesehatan.

3.2.3. Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media kampanye ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan kampanye. Adapun materi yang akan disampaikan adalah ; “berawal dari jarak dekat, jalan kaki secara berkesinambungan dapat menghasilkan manfaat kesehatn bagi tubuh maupun lingkungan”.

3.3. Strategi Kreatif

Strategi kreatif pengemasan media kampanye sosial Hidup Sehat dengan Jalan Kaki, disampaikan berupa media cetak poster yang dikemas dengan menggabungkan unsur ilustrasi fotografi, dan tifografi yang sesuai. Agar kampanye ini berjalan dengan lancar, dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Maka kampanye harus dilakukan dengan seefektif dan sekreatif mungkin. Hal ini agar target sasaran yang ditujukan bisa terpengaruh oleh kampanye yang penulis lakukan.

- **Pembuatan *Tag line* Visual**

  Konsep strategi kreatif dalam pembuatan *tag line* visual didasarkan dari hasil penelitian dilapangan yaitu dikarenakan sikap malas yang disebabkan ketergantungan dan penggunaan terhadap kendaraan bermotor yang tidak perlu, maka *tag line* nya yaitu *"Jalan Kaki Selagi Bisa",* sebagai *tag line* visual Kampanye Hidup Sehat dengan Jalan Kaki. Yang mempunyai artian sebagai berikut :

  Jalan Kaki selagi Bisa! Memiliki artian dekat itu dapat di tempuh dengan jalan kaki, bila masih mampu di lampaui dengan jalan kaki mengapa menggunakan kendaraan bermotor.

- **Pencarian Gagasan Visual**

  Pencarian gagasan visual berawal dari pesan yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu : "berawal dari jarak dekat, jalan kaki secara berkesinambungan dapat menghasilkan manfaat kesehatn bagi tubuh maupun lingkungan" dimana jarak dekat yang masih dapat ditempuh dengan jalan kaki itu tidak perlu menggunakan kendaraan bermotor, karena jika dikaitkan dengan kesehatan jalan kaki itu memiliki keuntungan dan manfaat bagi lingkungan dan kesehatan.

  Lalu mencari apa yang harus disampaikan yaitu dengan cara pendekatan psikologis. Gambaran yang ingin ditampilkan dari

gagasan visual kampanye ini adalah agar memunculkan psikologis sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target sasaran untuk lebih teringat pada kepedualian terhadap jalan kaki.

- **Materi Visual**

  Materi visual berawal dari tag-line yang akan disampaikan melalui kampanye ini yaitu : "*Jalan kaki selagi Bisa!*" dimana dekat itu dapat di tempuh dengan jalan kaki, bila masih mampu di lampaui dengan jalan kaki mengapa menggunakan kendaraan bermotor.

3.4. Strategi Visual

Strategi visual yang ditampilkan dalam perancangan media kampanye "Hidup Sehat Dengan Jalan kaki", menggunakan visual penjelasan, ajakan dengan kata penegasan yang efektif dan semenarik mungkin. Agar target yang dituju mengenai sasarannya.

3.5. Pendekatan Visual

1. Ilustrasi

Jenis ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media kampanye ini adalah mengilustrasikan manusia yang sedang berjalan kaki di lingkungan pemukiman yang bersih dan sehat. Seperti adanya rerumputan hijau yang mencerminkan lingkungan yang sehat. Serta ilustrasi ini menjelaskan bahwa dengan berpergian yang masih dapat di tempuh dengan jalan kaki, tidak seperlunya menggunakan kendaraan bermotor.



(Gambar 3.1. konsep visual)

2. Warna

Jenis warna yang digunakan pada perancangan media kampanye ini adalah menggunakan warna-warna cerah dan menarik. Sehingga pembaca atau khalayak target yang melihat menjadi tertarik.



(Gambar 3.2. konsep warna)

3. Tipografi

Jenis huruf yang akan digunakan pada perancangan media kampanye ini adalah menggunakan jenis huruf Impact dan Arial Rounded MT Bold yang mempunyai karakter huruf tegas, mudah terbaca dan memberi kesan serius akan tetapi santai dan modern.

Font Impact

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
~ ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + | { } : " < > ? ` - = \ [ ] ; ' , . /

Font Arial Rounded MT Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
~ ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + | \ = - [ ] { } ; : ' " , < . > / ?

3.6. Kata Kunci

- **Peduli**

  suatu sikap yang timbul dari dalam diri untuk lebih memperhatikan sesuatu.

- **Perhatian**

  suatu prilaku melihat sesuatu secara berlebihan.

- **Sehat**

  menjaga atau melindungi diri dari penyakit kesehatan manusia maupun lingkungan yang dapat terjadi.

3.7. Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka selanjutnya tinggal memikirkan bagaimana merancang strategi media komunikasi karena dalam menyapaikan suatu pesan ke khalayak dibutuhkan sebuah media, pemilihan media ini bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa dirasakan oleh target sasaran atau khalayak.

Gambaran yang ingin ditampilkan dari gagasan visual perancangan media kampanye ini adalah berupa poster karena media ini lebih efektif untuk usia 17 – 25 tahun, dan media ini akan dibuat sekreatif mungkin agar media ini dapat memunculkan peringatan psikologis sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target sasaran agar dapat menyentuh hati si penglihat untuk dapat lebih peduli terhadap aktivitas fisik jalan kaki dan tidak tergantung terhadap kendaraan bermotor khususnya kendaraan roda dua yang digunakan dalam jarak relatif dakat yang masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki.

Teori penggunaan media untuk kegiatan kampanye ini yaitu media primer dan media sekunder. Sebenarnya media primer adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah kampanye iklan, sedangkan media sekunder adalah media-media yang bersifat

menunjang atau melengkapi. Pemilihan media primer dan sekunder sangat tergantung dengan sifat kampanye yang akan diiklankan.

3.7.1. Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada dua jenis yaitu media primer dan media sekunder, untuk media primer yaitu :

- Media cetak : poster sebagai media primer atau utama yang menginformasikan tentang mengajak masyarakat untuk tidak ketergantungan menggunakan kendaraan bermotor bilamana jarak yang ditempuh masih mampu dilampaui dengan berjalan kaki. dan jika dikaitkan dengan kesehatan, sekaligus mengenalkan efek dan manfaat dari jalan kaki tersebut. ditempelkan ditempat papan pengumuman pemukiman warga.
- Media traffic : billboard, baligho, spanduk dan umbul-umbul yang di tempatkan di pinggiran jalan raya, gapura gerbang komplek dan wilayah pemukiman komplek.

Sedangkan yang termasuk pemakaian media sekunder yaitu :

- Media Cetak : flyer, id card, banner dan iklan surat kabar.
- Media Gimmick : Media ini digunakan karena biayanya lebih rendah serta media ini langsung ke target sasaran. Diaplikasikan melalui media-media yang memiliki kegunaan seperti, t-shirt, topi, payung, sendal, mug, pin, kalender, stiker, jam dinding dan gantungan kunci.

3.7.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Berdasarkan target sasaran yang berdomisili dan masyarakat yang berada di pemukiman komplek di Kota Bandung maka penyebaran media didasarkan pada waktu hari raya kemerdekaan nasional, masa liburan kependidikan ataupun hari raya tahun baru. Karena pada waktu-waktu tersebut hampir semua penghuni pemukiman komplek sedang dalam hari libur bersama dan penyebaran menjadi berjalan efektif, dan dalam pemilihan medianya langsung berhubungan dengan target sasaran.

3.7.3. Tahap-tahap Perencanaan

Dalam perencanaan perancangan media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki, dibutuhkan beberapa tahapan dalam pembuatan event tersebut.

- **Pra Event perancangan media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan kaki**

  Supaya acara tersebut berjalaln dengan lancar, maka dibutuhkan persiapan yang cukup serius dan matang agar segala sesuatunya berjalan dengan lancar dan maksimal. Maka dari itu telah direncanakan media apa saja yang akan digunakan dalam pembuatan event tersebut.

Tujuan	Sasaran	Media
Pembentukan Panitia	Ketua RW / RT setempat dan Himpunan masyarakat (tarang karuna)	ID Card Panitia
Pendekatan	Masyarakat	Poster, Flyer, Baligho, Spanduk dan Umbul-umbul

(Gambar 3.3. skema rencana pra event)

3.7.4. Acara Penyebaran media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan kaki

Sebuah acara penyebaran akan berjalan dengan lancar apabila segala sesuatunya terkoordinir dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan susunan acara yang perlu direncanakan. Berikut adalah tabel dari susunan acara dan pembagian waktu penyebaran media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan kaki, yang akan di buat untuk penyebaran selama lima bulan sebelum akhir tahun 2010 bulan Agustus - Desember 2010.

Media	Bulan				
	1	2	3	4	5
Poster					
Flyer					
Billboard					
Spanduk					
Baligho					
Umbul-umbul					
Ambient					
Gimmick					

(Gambar 3.4. skema media acara)

Jadwal Penyebaran Media	Media	Tempat Penyebaran Media
5 Bulan Penuh	Poster	Gedung serba guna (aula), Pos keamanan, dan Pos tarang karuna.
3 Bulan Minggu ke 1,3,5	Flyer	Gedung serba guna (aula), Pos keamanan, Pos tarang karuna, Warung, minimarket, Warnet dan tempat ibadah Di sekitar komplek.
5 Bulan Penuh	Billboard	Di pinggiran jalan raya gerbang komplek.
5 Bulan Penuh	Spanduk	Di pinggiran jalan raya, wilayah pemukiman komplek, dan gedung serba guna (aula).
5 Bulan Penuh	Baligho	Di pinggiran jalan raya dan wilayah-wilayah pemukiman komplek.
5 Bulan Penuh	Umbul-umbul	Di pinggiran jalan raya dan wilayah-wilayah pemukiman komplek.
Minggu ke 1 dan 2	Ambient	Di lingkungan pemukiman komplek
Minggu ke Tiga	Gimmick	Di lingkungan pemukiman komplek

(Gambar 3.5. skema penempatan media)

3.8. Konsep Visual Perancangan Media Kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan kaki

3.8.1. Format Desain

Format desain yang digunakan bersifat asimetris, dimana letak unsur visual berbeda-beda. Baik gambar, headline, ataupun teks letaknya berubah sesuai komposisi yang digunakan pada setiap media.

3.8.2. Lay Out

Lay out yang digunakan pada setiap media kampanye yaitu landscape dan potrait. Unsur-unsur pendukung kampanye seperti logo sponsor atau lembaga yang mendukung di tempatkan di bawah disejajarkan dengan pesan teks yang memberikan penjelasan secara rinci.

3.8.3. Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk media kampanye ini menggunakan huruf Arial Rounded MT Bold yang mempunyai karakter huruf tegas mudah terbaca dan memberi kesan serius akan tetapi santai dan modern.

Dilihat dari permasalahan ini maka penulis menarik kesimpulan akan menggunakan jenis huruf yang bersifat tegas, mudah terbaca akan tetapi memberi kesan santai dan modern berikut bentuk jenis huruf yang dipilih yaitu :



3.8.4. Ilustrasi

Ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempertegas dari pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan kaki, serta ilustrasi juga dapat dipakai sebagai daya tarik visual. Ilustrasi yang digunakan merupakan olahan dari fotografi untuk background maupun visualnya.

3.8.5. Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat mengurangi rasa bosan, ataupun membangkitkan semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan, adapun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media kampanye Hidup Sehat Dengan Jalan Kaki ini adalah :

- **Kuning**

  Umumnya warna kuning menunjukan pengingat dan menarik perhatian.

- **Biru**

  Umumnya warna biru menunjukan arti damai dan santai.

- **Hijau**

  Umumnya warna hijau menunjukan sifat sejuk, bersih dan sehat.

- **Hitam**

  Umumnya warna hitam menunjukkan sifat positif, seperti kokoh, tegas, formal, struktur yang kuat, penjelas dan dianggap sebagai warna yang netral.

- **Putih**

  Warna putih yang berarti netral.

3.8.6. Konsep Logo



(Gambar 3.6. Konsep Logo)

BAB IV

PERANCANGAN DESAIN DAN TEKNIS MEDIA KAMPANYE

4.1. Teknis dan Perancangan Media

4.1.1. Media Primer

1. Media Cetak

- Poster

  Konsep poster menggunakan kekuatan teks dan visual, penekanan pada poster ini adalah seseorang yang sedang berjalan kaki di lingkungan pemukiman atau di perumahan komplek. Bahwa dengan jalan kaki dapat membiat lingkungan menjadi sehat dan bersih.

  Material yang digunakan yaitu Art Paper 260 gr dengan ukuran A3+ (322mm x 450 mm), teknis produksi cetak separasi.



(Gambar 4.1. Poster dan Penempatannya)

2. Media Traffic

- Billboard

  Media Billboard merupakan kepanjangan dari media poster hanya dipergunakan atau penempatanya dijalan raya, orang tidak mau membaca begitu banyak teks sehingga pesan utama yang diinginkan bisa tersampaikan. Material yang digunakan yaitu vinil laminasi dengan ukuran 10m x 6m, dengan teknis produksi print.





(Gambar 4.2. Billboard dan penempatannya)

- Baligho

  Baligho digunakan untuk publikasi lebih lanjut dari publikasi billboard, ditempatkan di pinggiran jalan raya atau diwilayah sekitar pemukiman penduduk. Material yang digunakan yaitu kain vinil di print, dengan ukuran 4m x 6m.





(Gambar 4.3. Baligho dan penempatannya)

- Spanduk

  Spanduk yaitu kelanjutan dari publikasi baligho, yang penempatannya di area pinggiran jalan raya, wilayah pemukiman komplek. Material yang digunakan yaitu bahan kain katun combat, dengan ukuran 4m x 1m. dengan teknik cetak sablon (raster).





(Gambar 4.4. Spanduk dan penempatannya)

- Umbul-umbul

  Umbul-umbul yaitu kelanjutan dari publikasi spanduk, yang penempatannya di area pinggiran jalan raya, wilayah pemukiman komplek. Material yang digunakan yaitu bahan kain katun combat, dengan ukuran 60cm x 150cm. dengan teknik cetak sablon (raster).



(Gambar 4.5. Spanduk dan penempatannya)

4.1.2. Media Sekunder

1. Media cetak

- Flyer

  Flyer terdiri dari dua muka dan minimalis sehingga mudah dibawa. Material yang digunakan yaitu art paper, dengan ukuran 9.5cm x 20cm



(Gambar 4.6. flyer)

- ID card

  ID card digunakan oleh panitia penyelenggara pada saat event berlangsung. Material yang digunakan yaitu photo paper, dengan ukuran 5cm x 7cm. Teknik cetak digital print.



(Gambar 4.7. ID card)

- Banner untuk kaca mobil

  Media ini dipasang pada mobil panitia penyelenggara ataupun masyarakat yang bersedia berpartisipasi dengan kampanye ini. Material yang digunakan yaitu backlite, dengan ukuran 100cm x 50cm. Teknik cetak sparasi.





(Gambar 4.8. banner untuk kaca mobil dan penempatannya)

- Iklan Surat kabar / Tabloid

  Iklan Surat kabar / Tabloid yang akan memuat iklan ini adalah majalah surat kabar Pikiran Rakyat. Karena surat kabar ini berproduksi di wilayah kota bandung sesuai dengan khalayak target kampanye jalan kaki ini. Material yang digunakan yaitu di sesuaikan dengan surat kabar tersebut, dengan ukuran 265 mm x 190 mm.





(Gambar 4.9. iklan surat kabar dan penempatannya)

2. Media Gimmick

- T-shirt

  Material yang digunakan yaitu kain katun combat dengan ukuran S, M, dan L, teknis produksi cetak sablon (raster).



(Gambar 4.10. T-shirt)

- Payung

  Material yang digunakan kain dengan diameter 1m, teknik cetak sablon (rester).



(Gambar 4.11. Payung)

- Topi

  Material yang digunakan kain, teknik cetak sablon (rester). Dengan ukuran 8cm x 9cm.



(Gambar 4.12. topi)

- Sandal

  Material yang digunakan karet, teknik cetak sablon (rester).



(Gambar 4.13. Sandal)

- Mug

  Material yang digunakan kramik ukuran flat 7cm x 9cm, teknik cetak digital print.



(Gambar 4.14. Mug)

- Pin

  Material yang digunakan Plastik dengan diameter 4,5cm x 4,5cm, teknik cetak digital print.



(Gambar 4.15. Pin)

- Kalender

  Material yang digunakan art paper dengan ukuran A3, teknik cetak digital print.



(Gambar 4.16. Kalender)

- Stiker

  Material yang digunakan stiker photo paper ukuran 9 cm x 5 cm, teknik cetak digital print.



(Gambar 4.17. Stiker)

- Jam dinding

  Material yang digunakan stiker photo paper dengan diameter 13.5 cm, teknik cetak digital print.



(Gambar 4.18. jam dinding)

- Gantungan kunci

  Material yang digunakan stiker photo paper dengan diameter 4.3 cm, teknik cetak digital print laminasi matte.



(Gambar 4.19. gantungan kunci)

DAFTAR PUSTAKA

AdPRO Indonesia. (2008). *manfaat Jalan Kaki*, Diakses pada 03 November 2008 Blogger kesehatan, 2008.

Amos Rapoport (2004). *House Form and Culture*, Diakses pada 20 Oktober 2009 http//:www.goodreads.com

DechaCare.com. (2008). *Jalan Kaki Sehat : Mudah, Murah dan Efektif*, Diakses pada 09 November 2008.

Gizi.Net. (2008). *Bergeraklah agar Sehat dan Bugar*, Diakses pada 13 November 2008

Hartmann, Thom, (2008). *Terapi Jalan Kaki*, Serambi.

John J. Fruin, Ph.D. (2004). *Pedestrian Planning and Design,* Diakses pada 20 Oktober 2009 http//:www.elevatorbooks.stores.yahoo.net

KapanLagi.com. (2008). *Jalan Kaki di Rumah Dapat Tingkatkan Vitalitas Tubuh*, Diakses pada 30 Oktober 2008 http//:www.koran kompas.com

Koran Kompas. (2008). *Manfaat Jalan Kaki*, Diakses pada 26 Oktober 2008 http//:www.koran kompas.com.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye – Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

LAMPIRAN I

BUGAR DENGAN JALAN KAKI

13 November 2008

Sumber dari : http://www.dunia-wanita.com/

Banyak alasan seseorang melakukan latihan jalan kaki. Tahu atau tidak alasan sebenarnya, umumnya mereka menyatakan alasan kesehatan. Benar! Jalan kaki memang memberi manfaat kesehatan pada jantung, otot dan persendian, tulang, metabolisme, bobot badan, dan pikiran.

Segudang manfaat

Berolahraga jalan kaki secara teratur bisa menguatkan jantung dengan meningkatkan efisiensinya. Latihan jalan kaki, yang dilakukan seumur hidup, juga menurunkan risiko serangan jantung dan penyakit pembuluh-pembuluh koroner.

Jalan kaki kebugaran juga menguatkan otot-otot, ligamen, tendon, dan tulang rawan, serta mengencangkan otot-otot kaki. Jalan kaki pun menguatkan tulang. Khusus pada wanita muda, jalan kaki dapat memperlambat terjadinya osteoporosis (keropos tulang).

Dengan jalan kaki teratur sistem dalam tubuh menjadi lebih baik dalam pengaturan gula darah. Karenanya, banyak penderita *diabetes mellitus* dapat mengurangi kebutuhan insulin bila mereka melakukan latihan jalan kaki.

Jalan kaki pula yang merupakan olahraga ideal untuk menjaga bobot badan, karena dapat meningkatkan penggunaan kalori, mengendalikan nafsu makan, dan membakar lemak. Kalau jumlah kalori yang kita gunakan untuk jalan kaki sama dengan yang kita konsumsi, kita dapat memelihara bobot badan. Jika kalori yang terbakar lebih banyak dari yang kita konsumsi, kita

bisa menurunkan bobot badan. Yang tak kalah pentingnya, jalan kaki dapat meningkatkan gambaran diri serta mengurangi depresi (susah berkepanjangan) dan kecemasan.

Olah raga ini mempunyai manfaat kurang lebih sama dengan joging, tetapi pembebanan pada badan lebih kecil. Ketika melakukan joging, kedua kaki kita terangkat dari tanah pada setiap langkah, yang dapat memaksa badan kita menyerap benturan dengan kekuatan 3 – 4,5 kali bobot badan kita. Sebaliknya, saat jalan kaki salah satu kaki selalu di tanah, dan ketika kaki mendarat benturannya kurang lebih 1,25 kali bobot badan kita. Jadi, risiko cedera pada jalan kaki lebih kecil. Perbedaan lainnya, jalan kaki memberikan hasil lebih lambat dibandingkan dengan joging. Untuk mendapatkan manfaat yang sama perlu waktu lebih lama.

Hasil penelitian menyatakan, nilai aerobik jalan kaki termasuk baik. Penelitian di Universitas Wake Forest Carolina Utara pada 1971 menunjukkan, terjadinya peningkatan 18% dalam konsumsi oksigen serta penurunan bobot badan dan lemak pria tengah baya yang melakukan program jalan kaki selama 20 minggu.

Sementara, penelitian di Universitas Massachusetts pada 1987 melaporkan, 67% pria dan 91% wanita yang diteliti dapat mencapai denyut nadi dalam zona latihannya pada waktu mereka jalan 1,6 km secepat-cepatnya dapat mereka lakukan. Penelitian menunjukkan pula bahwa pria dan wanita yang telah mencapai puncak kebugaran dapat memperoleh manfaat aerobik dari jalan kaki.

Latihan yang baik

Bila kita telah menetapkan jalan kaki sebagai olahraga kita, sebaiknya kita mengetahui frekuensi latihannya, kecepatan jalan kakinya, dan lamanya melakukan latihan. Kita harus mengetahui takaran latihan ini agar tidak

mudah mengalami cedera dan dapat meningkatkan daya tahan (*endurance*) jantung dan peredaran darah kita.

Frekuensi yang baik untuk jalan kaki paling sedikit tiga kali seminggu (tidak pada hari-hari yang berurutan). Lebih baik lagi bila kita berlatih 4 – 5 kali per minggu.

Intensitas latihan juga harus cukup. Yang dimaksud intensitas di sini adalah kecepatan kita harus berlatih jalan kaki agar mencapai zona latihan, yakni ketika denyut nadi kita mencapai 60 – 80% denyut nadi maksimum (220 dikurangi umur dalam tahun). Rata-rata, kecepatan yang diperlukan sedikit lebih cepat dari 6 km per jam. Kebanyakan, kita cuma jalan kaki dengan kecepatan kurang dari 4 km per jam. Oleh karenanya, kita harus sedikit mempercepat agar lebih bermanfaat untuk mendapatkan cukup nilai aerobik.

Latihan sebaiknya dilakukan sedikitnya selama 20 menit dalam zona latihan. Makin lama kita lakukan hasilnya akan lebih baik.

LAMPIRAN II

JALAN KAKI UNTUK MENJAGA KEBUGARAN

20 November 2008

Sumber dari : TogaKita.com 2008

Berjalan kaki secara teratur dengan langkah yang baik tanpa membebani kaki dan persendian, berdasarkan penelitian bermanfaat untuk :

1. Membakar kalori yang berlebihan dan membantu menjaga/menurunkan berat badan
2. Membangun kekuatan tubuh bagian bawah dan kelenturan otot
3. Melindungi dari osteoporosis (kekeroposan tulang) dengan meningkatkan kepadatan tulang.
4. Memperkuat jantung dan paru, mengurangi resiko serangan jantung dan stroke. Penelitian di USA memperlihatkan bahwa orang yang berjalan kaki lebih dari 1,6 km sehari dapat mengurangi 30 % resiko terkena stroke.
5. Meningkatkan HDL cholesterol yaitu kolesterol baik yang dapat mencegah penyempitan pembuluh darah.
6. Memperbaiki sirkulasi darah, fungsi pernapasan dan fungsi kelenjar endokrin
7. Meningkatkan harapan hidup, suatu penelitian memperlihatkan bahwa wanita-wanita yang melakukannya secara teratur memiliki usia rata-rata lebih panjang 7 tahun.
8. Meningkatkan mental dan kepercayaan diri akibat dari berkurangnya kecemasan dan strees sehingga dapat membantu dalam pemecahan masalah.

BAGAIMANA MEMULAINYA

Pertama siapkan sepasang sepatu, sebaiknya dipilih sepatu yang khusus untuk berjalan kaki. Mulaiilah program secara bertahap, yaitu 10-20 menit berjalan, lakukan 3-5 kali seminggu.

Secara bertahap ditingkatkan waktunya menjadi 30 menit, jika penurunan berat badan merupakan tujuan anda, anda dapat meningkatnya menjadi 45 menit. Bila target waktu telah dapat dicapai maka anda dapat berkonsentrasi pada kecepatan, sebagai contoh dengan kecepatan 24 menit untuk menempuh 1 km, maka akan membakar antara 20-50 kilojoule kalori permenit. Jika anda berjalan 2 kilometer maka untuk tahap awal diharapkan dapat diselesaikan selama 48-50 menit, selanjutnya dapat ditingkatnya menjadi 45 menit, kemudian 40 menit dan seterusnya. Jika anda telah dapat menyelesaikannya dibawah 20 menit anda telah menjadi pejalan kaki yang tangguh. Jangan paksakan diri anda terlalu keras.

Mulailah dengan pemanasan sebelum anda mulai berjalan, yaitu dengan berjalan perlahan dengan kecepatan rendah selama beberapa menit, kemudian berhenti dan regangkan otot-otot kaki, pinggang dan bahu anda.

CARA BERJALAN YANG BAIK

Ikutilah teknik berjalan yang baik untuk mencegah cidera dan memaksimalkan kecepatan anda, yaitu:

1. Berjalanlah dengan pandangan lurus ke depan, jangan ke tanah.
2. Usahakan agar otot-otot perut berkontraksi dan punggung anda tegak.
3. Kendurkan otot bahu, leher dan punggung.
4. Melangkahlah dengan santai, jangan melangkah terlalu lebar.

Dan, bila berjalan kaki menggunakan sepatu, maka sepatu yang baik digunakan adalah sepatu yang baik bagi kaki. Adapun cara memilih sepatu yang baik bagi kaki, yaitu :

1. Sepatu harus dapat memberikan dukungan yang baik untuk tungkai, dan bukan merupakan suatu tahanan yang besar.
2. Sepatu tidak menghalangi fisiologis pergelangan kaki.
3. Sepatu hendaknya disesuaikan dengan usia, karena fungsi tungkai berbeda-beda. Hindari tekanan yang dapat mempengaruhi gerak tubuh, akselerasi dan keseimbangan.
4. Hindari tekanan pada punggung kaki, terutama untuk yang memiliki punggung kaki lebar dan tinggi.

LAMPIRAN III

Data Penelitian Melalui Angket

Oktober 2009

Sumber dari : Pemukiman Mekar Indah dan Komplek Perumahan Parmindo Cijerah Bandung

---

Hasil dari pendataan yang memiliki dan tidak memiliki kendaraan bermotor di lingkungan Pemukiman Mekar Indah dan Komplek Parmindo Cijerah Bandung, sebagai berikut :

- Memiliki kendaraan bermotor lebih dari satu = 112 orang
- Hanya memiliki kendaraan bermotor satu = 96 orang
- Tidak memiliki kendaraan bermotor = 42 orang

Hasil pendataan qiusionary yang memiliki kendaraan bermotor, sebagai berikut :

- Jika anda memiliki kendaraan bermotor lebih dari 1 unit, dikarenakan?
  - A. Kebutuhan. = 80 orang
  - B. Rasa gengsi. = 9 orang
  - C. Tuntutan hidup. = 7 orang
  - D. Meningkatkan taraf hidup atau status sosial. = 16 orang

- Alasan anda memiliki kendaraan bermotor ?
  - A. Tuntutan hidup. = 15 orang
  - B. Kebutuhan sehari-hari. = 125 orang
  - C. Meningkatkan taraf hidup atau status sosial. = 48 orang
  - D. Rasa gengsi karena lingkungan sekitar anda memiliki kendaraan bermotor. = 20 orang

- Kegunaan kendaraan bermotor anda selalu digunakan kemana saja?
  A. Bepergian dengan jarak jauh (jarak yang lama ditempuh dengan berjalan kaki lebih dari 1 km). = 70 orang
  B. Bepergian dengan jarak dekat (jarak yang dapat ditempuh dengan jalan kaki kurang dari 1 km). = 30 orang
  C. Bepergian dengan jarak jauh dan dekat. = 108 orang

- Jika anda menjawab B atau C pada soal diatas, apakah anda menggunakan kendaraan bermotor dalam jarak tempuh yang relatif dekat *(pergi ke tempat ibadah, warnet, warung ataupun minimarket [150 - 500 meter])* ?
  A. Ya. = 95 orang
  B. Tidak. = 43 orang

- Jika anda menjawab A pada soal diatas, alasan anda menggunakan kendaraan bermotor karena apa?
  A. Rasa gengsi untuk berjalan kaki. = 11 orang
  B. Rasa malu untuk berjalan kaki. = 13 orang
  C. Rasa malas untuk berjalan kaki. = 72 orang
  D. Agar terlihat keren atau gaya menggunakan
  E. kendaraan bermotor. = 9 orang

Hasil pendataan qiusionary yang tidak memiliki kendaraan bermotor, sebagai berikut :

- Jika anda berpergian dalam jarak tempuh yang relatif dekat *(pergi ke tempat ibadah, warnet, warung ataupun minimarket [150 - 500 meter])*, anda lebih sering berpergian menggunakan apa?

A. Jalan kaki. = 32 orang
B. Meminjam kendaraan teman. = 10 orang

- Jika anda menjawab B pada soal diatas, alasan anda menaiki kendaraan bermotor?

A. Rasa gengsi untuk berjalan kaki. = -
B. Rasa malu untuk berjalan kaki. = 3 orang
C. Rasa malas untuk berjalan kaki. = 6 orang
D. Agar terlihat keren atau gaya menggunakan
E. kendaraan bermotor. = 1 orang

- Bagaimana persepsi anda terhadap orang-orang yang lebih cenderung memakai kendaraan bermotor dalam jarak relatif dekat?

A. Mengirit waktu. = 17 orang
B. Malas berjalan kaki. = 12 orang
C. Gengsi berjalan kaki. = 13 orang

Kesimpulan :

- Banyak warga yang memiliki kendaraan bermotor lebih dari satu unit mobil dan motor.
- Kendaraan yang mereka gunakan sebagai kebutuhan sehari-hari dan menjadi rasa ketergantungan terhadap kendaraan bermotor.
- Kendaraan yang mereka miliki mayoritas digunakan untuk berpergian dalam jarak jauh dan dekat.
- Warga yang menggunakan kendaraan relatif dekat mayoritas karena rasa malas berjalan kaki.

Solusi :

- Mengajak masyarakat agar tertarik lagi untuk berjalan kaki, dan tidak tergantung pada kendaraan bermotor dalam berpergian dalam jarak yang relatif dekat dan mampu di tempuh dengan jalan kaki.

- Menyadarkan masyarakat untuk tidak malas berjalan kaki. karena jika dikaitkan dengan kesehatan, jalan kaki memiliki banyak manfaat.
- Menyadarkan masyarakat akan rasa gengsi, bahwa dengan jalan kaki tidak selalu ketinggalan zaman dan tidak menurunkan status sosial.
- Mengenalkan dampak atau manfaat dari jalan kaki. Dengan banyaknya manfaat bagi kesehatan dengan berjalan kaki.

LAMPIRAN IV

Penjualan Sepeda Motor Meningkat

20 Oktober 2009

Sumber dari :

http://www.pikiran-rakyat.com/prprint.php?mib=beritadetail&id=17535

KENAIKAN harga bahan bakar minyak (BBM) yang berakibat pada melemahnya daya beli masyarakat, ternyata tidak menurunkan penjualan sepeda motor di Jawa Barat. Hingga kini kondisi penjualan tetap stabil, bahkan cenderung meningkat karena adanya peralihan dari pengguna angkutan umum dan mobil ke sepeda motor.

Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AISI) belum merevisi target penjualan tahun ini sebanyak 5,2 juta unit, kendati harga bensin bersubsidi mengalami kenaikkan dari Rp 4.500,00 per liter menjadi Rp 6.000,00 per liter. Ketua Umum AISI Gunadi Sindhuwinata mengatakan, masih optimistis target sebesar itu dapat tercapai pada tahun ini. Kenaikkan harga BBM dinilainya tidak akan memengaruhi pembelian sepeda motor. Alasannya, konsumen saat ini sudah berpikir realistis dan bijak sehingga mencari sarana transportasi yang berharga terjangkau dan efisien bahan bakar, yaitu sepeda motor.

"Kenaikan harga BBM malah akan membuat konsumen menjadi lebih pintar dan bijak dalam memilih sarana transportasi. Sepeda motor masih tetap menjadi alat transportasi andalan bagi masyarakat, baik di perdesaan maupun perkotaan. Ini karena sepeda motor adalah alat transportasi termudah dan termurah saat ini," kata Gunadi.

Hal senada juga dikemukakan main dealer sepeda motor yang beroperasi di Jawa Barat. Menurut Manajer Promosi PT Daya Adira Mustika selaku main dealer sepeda motor Honda Jawa Barat, Ferdy Sukmawidjaja, minat masyarakat untuk memiliki sepeda motor saat ini cukup tinggi. Itu

terbukti dari penjualan skutermatik Honda BeAT yang saat peluncuran pekan lalu terjual sebanyak 132 unit dalam satu hari.

"Secara umum, penjualan sepeda motor masih mengalami peningkatan, namun tidak terlalu tinggi karena masyarakat masih menyesuaikan diri dengan kenaikkan harga BBM. Penjualan kami setelah kenaikan harga BBM tetap naik dengan tingkat pertumbuhan dibawah 10%," kata Ferdi.

Masyarakat tetap membutuhkan sepeda motor karena kendaraan ini merupakan sarana transportasi yang paling sesuai dengan daya beli konsumen saat ini. Dari semua varian sepeda motor, model bebek masih merupakan model yang diminati masyarakat, seperti Honda Revo yang penjualannya di Jawa Barat mencapai 11.000 unit per bulan. Sementara model skutermatik Honda Vario berkisar 7.000 unit per bulan.

Seiring dengan munculnya berbagai model baru Honda, penjualan sepeda motor diprediksi akan terus meningkat. Ini karena umumnya masyarakat antusias untuk memiliki sepeda motor model baru.

Beralih ke motor

Tingginya minat masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor yang hemat BBM juga dikemukakan Sales Area Control PT Yamaha Motor Kencana Indonesia (YMKI) DDS II Jawa Barat, Hendri K. Budianto. Menurut dia, penjualan Yamaha setelah kenaikkan harga BBM mengalami peningkatan sebesar 5%. Masyarakat yang semula naik kendaraan umum, seperti angkutan kota beralih ke sepeda motor karena pertimbangan efisiensi pengeluaran.

"Dengan menggunakan sepeda motor, pengeluaran jadi lebih efisien karena dengan uang sebesar Rp 6.000,00 bisa dipakai untuk menempuh jarak antara 40 km hingga 60 km. Sementara kalau naik angkutan umum, uang sebesar itu hanya bisa dipakai untuk jarak terbatas," kata Hendri.

Model sepeda motor bebek, yaitu Vega R dan Jupiter Z, merupakan varian yang banyak diminati masyarakat saat ini. Alasannya, jenis bebek mengkonsumsi BBM lebih hemat dibandingkan dengan varian lainnya. Meski begitu, permintaan skutermatik Mio tetap stabil karena pertimbangan kemudahan dalam pengoperasiannya dibandingkan dengan jenis bebek. Penjualan Yamaha di Kota Bandung setiap bulannya mencapai rata-rata 6.000 unit.

Kenaikkan harga BBM tidak hanya mendorong masyarakat pengguna angkutan umum beralih ke sepeda motor, tetapi juga pemakai kendaraan roda empat yang umumnya berasal dari kelas menengah ke atas. Menurut Manajer Marketing PT Sanggar Mas Jaya main dealer Suzuki Jawa Barat, Yulia Gunawan, pengguna mobil umumnya memilih sepeda motor yang memiliki tampilan bergaya dan bertenaga cukup besar. Khusus Suzuki yang banyak dibeli konsumen adalah model skutermatik Skywave, Sport Thunder 125 cc, dan varian hyperbone Satria FU 150.

Masyarakat kelas menengah atas saat ini juga sudah berpikir efisiensi. Meski sudah memiliki kendaraan roda empat, tetapi mereka membeli sepeda motor untuk menghemat pengeluaran. Kendaraan roda dua jauh lebih efisien dan praktis dibandingkan dengan mobil. Selain itu, kondisi Kota Bandung yang macet mendorong masyarakat untuk beralih ke sepeda motor.

Pascakenaikan BBM penjualan Suzuki menunjukkan tren yang meningkat dengan angka penjualan yang cukup signifikan. Oleh karena itu, dia optimistis ke depannya pasar sepeda motor di Jawa Barat tetap cerah.

Secara nasional, berdasarkan data yang dikeluarkan AISI, penjualan sepeda motor sepanjang Mei 2008 mencapai angka 541.797 unit. Jumlah ini mengalami kenaikkan 43,17% dibandingkan dengan Mei 2007.

Honda memimpin penjualan dengan perolehan sebesar 250.891 unit, disusul Yamaha dengan penjualan 217.710 unit. Di posisi ketiga Suzuki sebesar 66.202 unit. Total penjualan motor (whole sales) sampai Mei 2008 naik 44,41

persen menjadi 2.533.720 unit dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu sebanyak 1.754.540 unit. (ovi)***

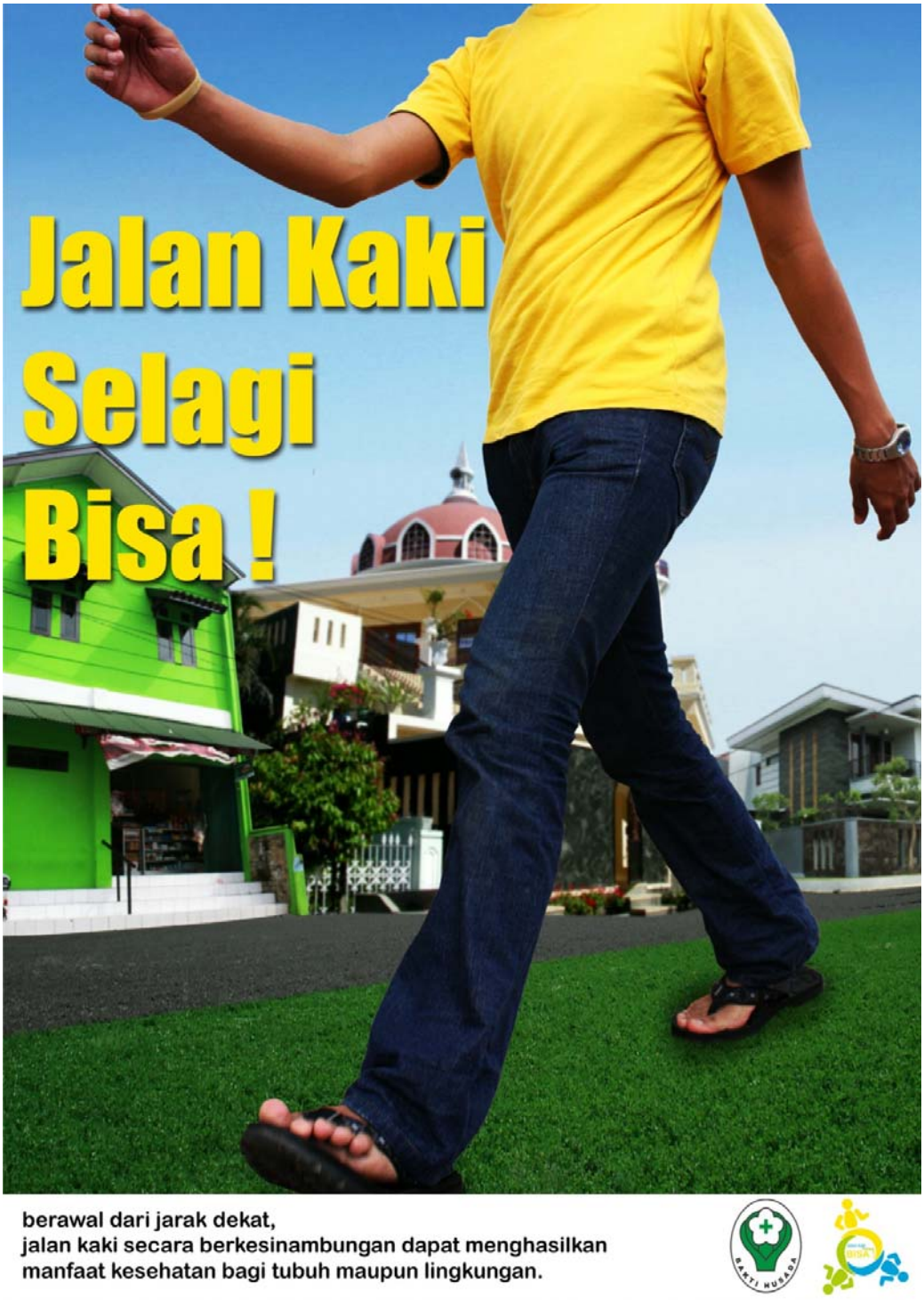
LAMPIRAN KARYA DALAM SKALA PERBANDINGAN



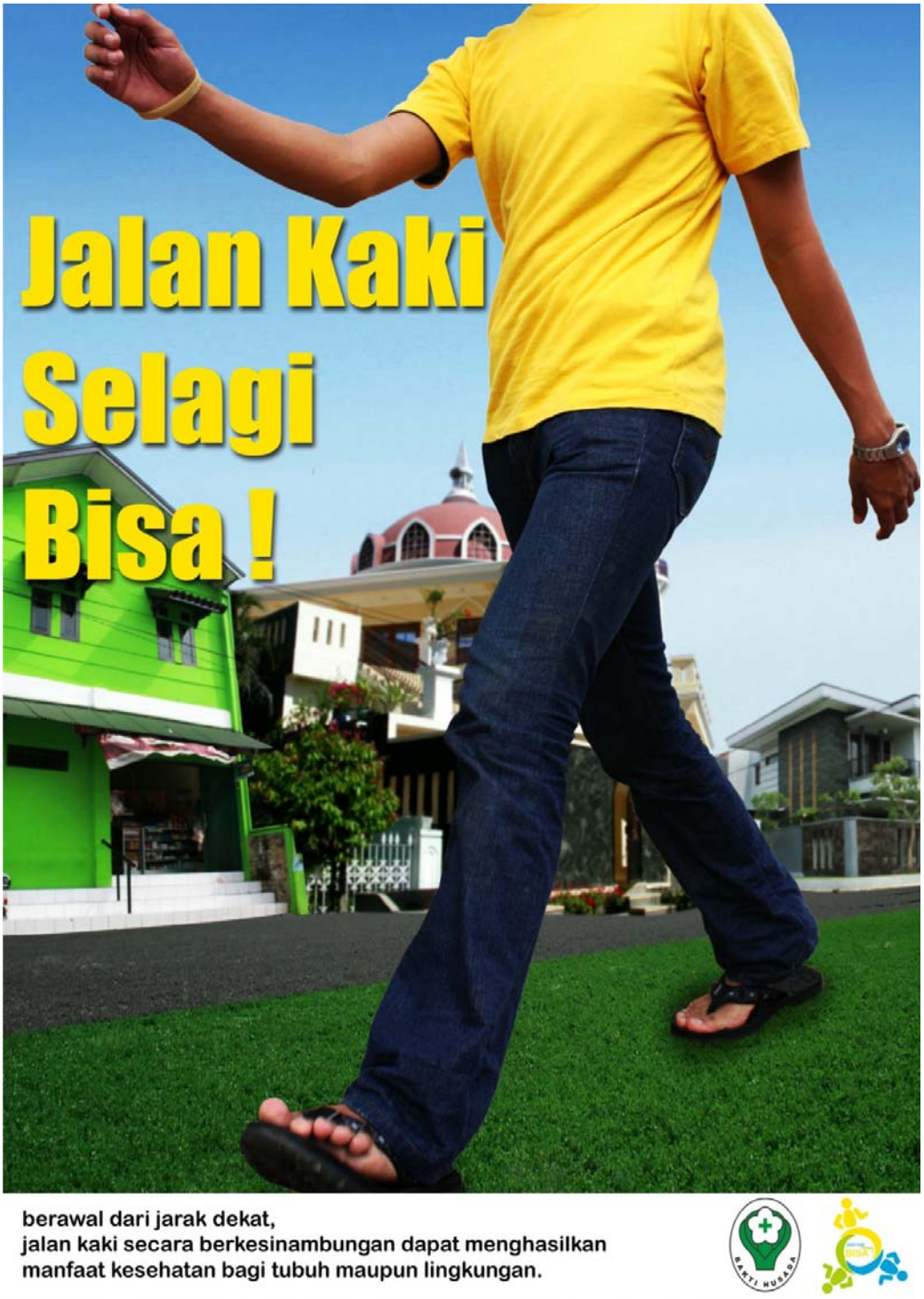
Media Primer Traffic Billboard – Ukuran 4m x 6m (1:32)



Media Primer Traffic Spanduk – Ukuran 4m x 1m (1:21)



Media Primer Cetak Poster – Ukuran A3+ (322mm x 450 mm) (1:2)



Media Primer Traffic Baligho – Ukuran 4m x 6m (1:28)



Media Primer Traffic Umbul-umbul – Ukuran 60cm x 150cm (1:8)



Media Skunder Cetak Flyer – Ukuran 9.5cm x 20cm (1:1)



Media Sekunder Cetak ID Card – Ukuran 5cm x 7cm (1:1)



Media Sekunder Cetak Banner untuk Kaca Mobil – Ukuran 100cm x 50cm (1:5)



Media Sekunder Cetak Iklan Tabloid – Ukuran 26,5cm x 19cm (1:1,3)



Media Sekunder Gimmick T-shirt – Ukuran Untuk Logo 13cm x 15cm dan Pesan 20cm x 3cm (1:2)



Media Sekunder Gimmick Payung – Ukuran Untuk Logo 13cm x 15cm dan Pesan 20cm x 3cm (1:2)



Media Sekunder Gimmick Topi – Ukuran Untuk Logo 8cm x 9cm dan Pesan 12cm x 2cm (1:1)



Media Sekunder Gimmick Pin – Ukuran 4,5cm x 4,5cm (1:1)



Media Sekunder Gimmick Sendal – Ukuran Untuk Logo 7cm x 8cm dan Pesan 12cm x 2cm (1:1)



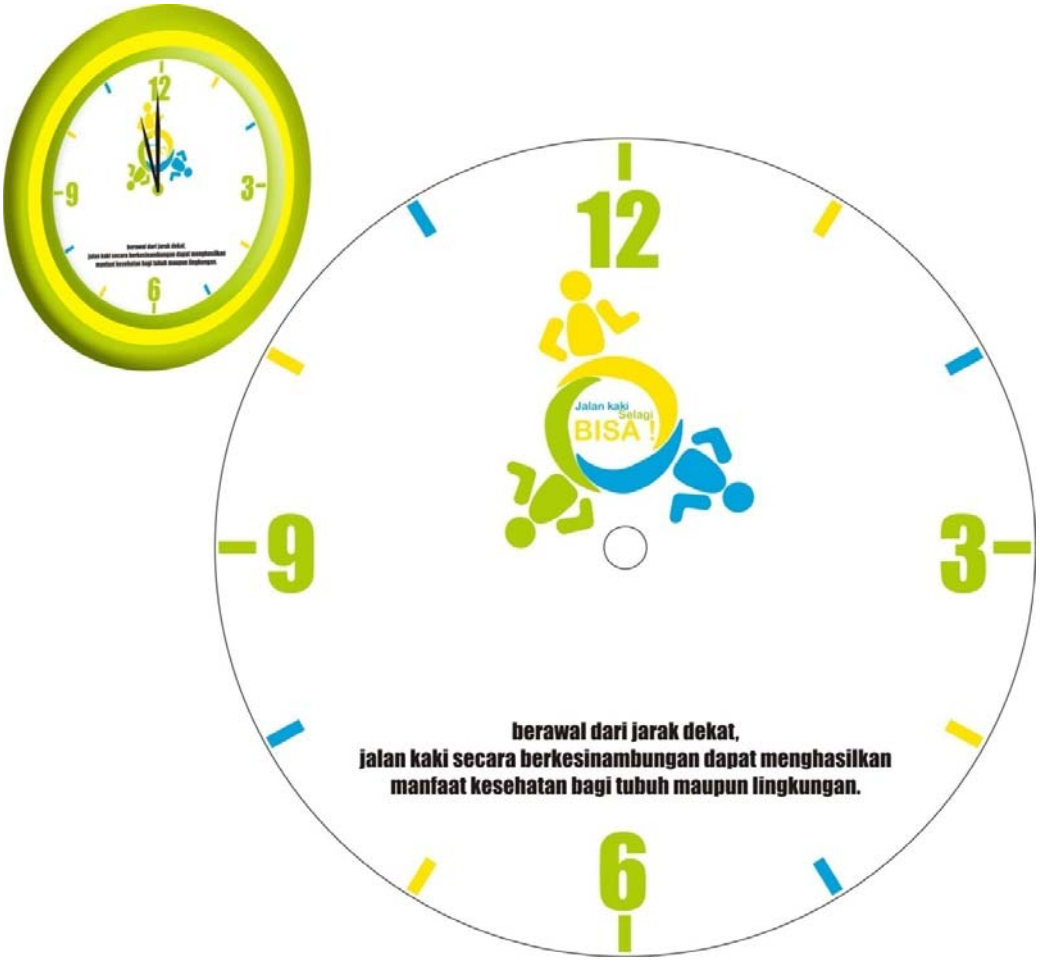
Media Sekunder Gimmick Mug – Ukuran Untuk Flat 7cm x 9cm (1:1)



Media Sekunder Gimmick Kalender – Ukuran A3+ (322mm x 450 mm) (1:2)



Media Sekunder Gimmick Stiker – Ukuran 9 cm x 5 cm dan diameter 8cm (1:1)



Media Sekunder Gimmick Jam Dinding – Ukuran Stiker diameter 13.5 cm (1:1)



Media Sekunder Gimmick Gantungan Kunci – Ukuran diameter 4.3 cm (1:1)