TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA BANDUNG



MUHAMMAD IQBAL
51907086
DKV 2

LATAR BELAKANG MASALAH

- Fenomena meningkatnya perpindahan penduduk dari desa ke kota atau yang lebih dikenal dengan urbanisasi terjadi karena masing-masing kota mempunyai daya tarik tersendiri bagi para imigran.
- Berawal dari Bandung adalah kota kuliner.
- Faktor ekonomi dan pendidikan.

MASALAH

PKL masih menjadi persoalan kota, dari penolakan relokasi, tidak tertibnya berjualan dan juga kondisi kebersihan berjualan sudah dilupakan oleh PKL. Mengakibatkan dampak negatif untuk citra Bandung sebagai kota kuliner.

PENGERTIAN PEDAGANG KAKI LIMA

- Pedagang kaki lima adalah sebagai *hawkers* adalah orang-orang yang menawarkan barang-barang atau jasa untuk dijual di tempat umum, terutama jalan-jalan trotoar. *(sumber: McGee 1977:28)* .
- Pedagang kaki lima juga bisa di sebut Wiraswasta adalah orang yang berjiwa pejuang , gagah, luhur, berani layak menjadi teladan dalam bidang usaha dalam landasan berdiri di atas kaki sendiri" (sumber: Eddy Soeryanto Soegoto)
- PKL adalah seorang penjual barang di kawasa perkotaan yang memiliki sifat kemandirian yang tinggi.(penulis).

SOLUSI dan PEMECAHAN MASALAH

Solusinya adalah membangun akan kesadaran PKL bahwa berjualan bersih itu sehat, tempat berjualanpun harus indah dan tertib.

Pemacahan masalahnya dengan cara merancang media kampanye untuk diadakanya kerja bakti bersama, penyuluhan, juga memberi masukan-masukan bahwa bersih itu sehat dan diadakanya penataan gerafis PKL seperti grafis gerobak juga membuat grafis yang mendukung gerakan berjualan brsih.

DATA-DATA

- Berdasarkan survey Satpol PP tahun 2004 - 2008 ditemukan bahwa konsentrasi PKL terbesar dapat ditemukan di dua kecamatan yang menempati jantung kota, yaitu Kecamatan Bandung Wetan dan Regol, dengan jumlah di masing-masing kecamatan mencapai 6.000 PKL.
- Dari 50 masyarakat yang mekikuti kuisoner :
  40 orang menyetujui dengan adanya Pedagang Kaki Lima
  dengan alasan membutuhkan pedagang kaki lima itu
  10 orang tidak menyutujinya
  dengan alasan menggangu kebersihan , tata tertib perkotaan.
- Sementara itu, jumlah PKL pada tahun 2005 diperkirakan bertambah 1663 PKL dari tahun sebelumnya menjadi 26.490 PKL (Bujet No. 10, 2004 dalam Solichin 2005; Kosasih 2007). Namun, pada tahun 2008, jumlah PKL diperkirakan mengalami penurunan sekitar 60 persen, menjadi sekitar 15.000 PKL (Pikiran Rakyat, 6 September 2008).

TUJUAN PERANCANGAN

Untuk supaya diketahui oleh PKL, dan PKL dapat berjualan dengan bersih indah dan tertib sehingga masyarakatpun senang, kemacetanpun berkurang karna tertib dan tata ruang kotapun bisa indah bila PKL mau bersih.



MEDIA KONSEP TERDIRI DARI:

Media UTAMA:
Media utama dalam kampanye ini adalah iklan koran, baju dan topi kenapa peulis memilih media media ini dikarenakan keseharian PKL membaca koran dan senang dengan baju-baju kampanye.

Media Pendukung:
- Poster
- Cover TTS
- Stiker
- Spanduk

Media pendukung yang mendukung gerakan berjualan brsih.
- Grafis gerobak
- Grafis bangku
- Taplak meja
- Ember
- Pelastik sampah
- Lap tangan
- Tenda

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

- Strategi Perancanga

Strategi perancangan media Kampanye Ketertiban Pedagang Kaki Lima dikota Bandung khususnya di Mesjid Raya Bandung ini meliputi beberapa tahapan, sehingga kampanye yang dilakukan dapat menarik perhatian para pedagang kaki lima. Strategi pemecahan masalah yang akan dilakukan penulis terdiri dari empat tahap:

- Tahap pertama sampai tahap kedua memberikan informasi dengan media kampanye tentang keinginan masyarakat dan pemerintah untuk supaya PKL besih, indah dan tertib dalam berjualan.
- Tahap ketiga diadakan penyuluhan terhadap para PKL dan untuk menjalin silaturahmi antara PKL, pemerintah dan masyarakat akan diadakan kerjabakti berama.
- Tahap keempat menata gerafis gerobak-gerobak PKL, supaya terlihat indah dan bersih.

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

- **Format Desain**
- Layout
- Ilustrasi
- Warna
- Tipografi
- Konsep Logo “PKL”



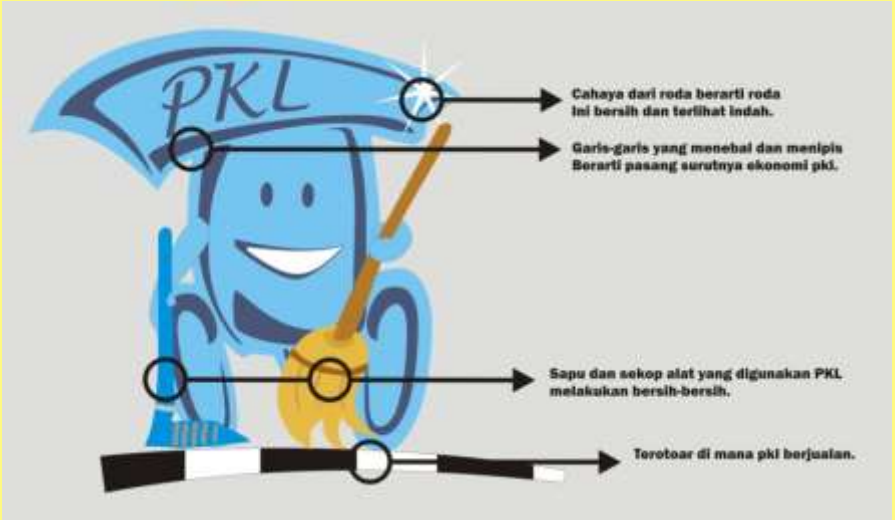
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

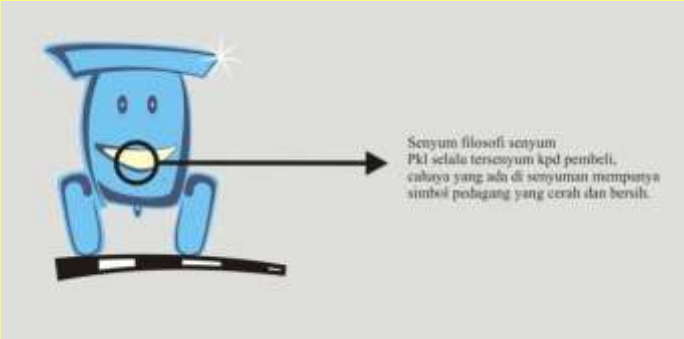
- Format Desain
- **Layout**
- Ilustrasi
- Warna
- Tipografi
- Konsep Logo “PKL”



STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

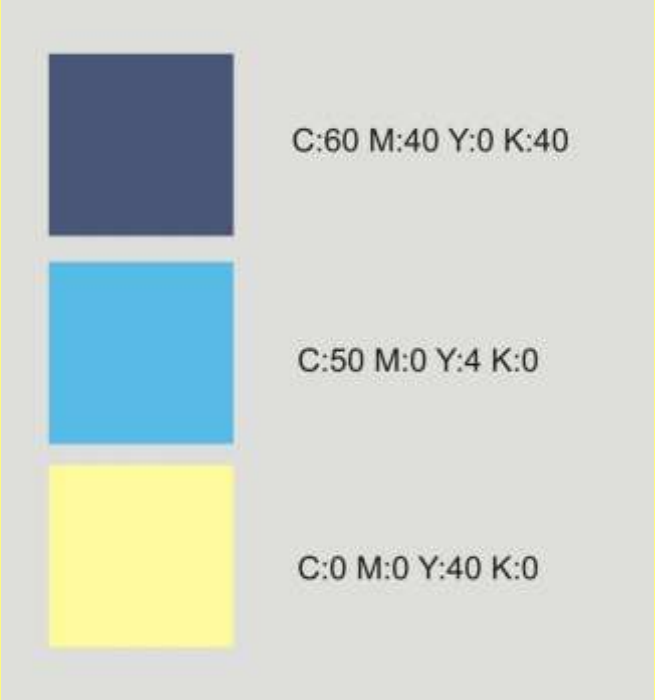
- Format Desain
- Layout
- **Ilustrasi**
- Warna
- Tipografi
- Konsep Logo “PKL”





STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

- Format Desain
- Layout
- Ilustrasi
- **Warna**
- Tipografi
- Konsep Logo “PKL”



STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

- Format Desain
- Layout
- Ilustrasi
- Warna
- **Tipografi**
- Konsep Logo “PKL”

Franklin Gothic heavy

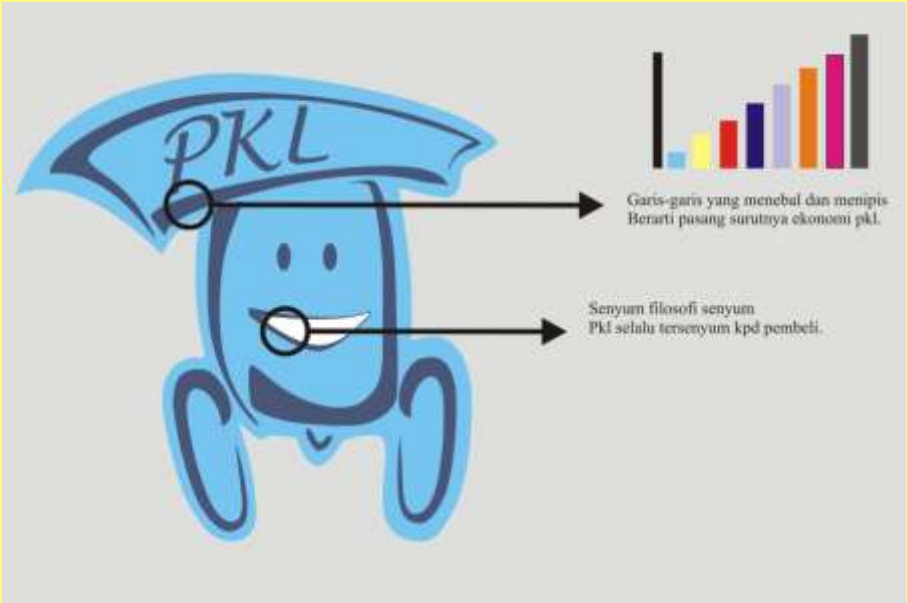
abcdefghijklmnopqrstupwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUPWXYZ
1234567890,.?/:;”()

Bernard MT Condensed

abcdefghijklmnopqrstupwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUPWXYZ
1234567890,.?/:;”()

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

- Format Desain
- Layout
- Ilustrasi
- Warna
- Tipografi
- **Konsep Logo “PKL”**



TEKNIS PRODUKSI DAN MEDIA

- **Teknis Media**

Teknis pengerjaan media kampanye menggunakan teknis ilustrasi, pertama-tama membuat sketsa tangan lalu di*scan* dan diedit menggunakan *software Corel Draw x4*, untuk penambahan *layout* dan elemen-elemen pendukungnya mengunakan *software Corel Draw x4.*

