DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 4
I.5 Tujuan Perancangan 4
I.6 Manfaat Perancangan 4

BAB II. PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERSEPEDA 5
II.1 Kondisi Lingkungan Kota Bandung 5
II.2 Kondisi Udara Kota Bandung 6
II.2.1 Indeks Standar Pencemaran Udara (ISPU) 7
II.3 Program Bersepeda Kota Bandung 9
II.3.1 Jumat Bersepeda 10
II.3.2 *Bike Sharing* 10
II.4 Sepeda 11
II.4.1 Perkembangan Sepeda di Indonesia 11
II.4.2 Jenis-Jenis Sepeda 12
II.4.3 Fungsi Sepeda 13
II.4.4 Manfaat Beraktifitas Dengan Sepeda 13

II.5 Data Lapangan 15
II.6 Analisis 21
II.7 Solusi Permasalahan 22

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN KAMPANYE BERSEPEDA 23
III.1 Strategi Perancangan 23
III.1.2 Strategi Komunikasi 27
III.1.3 Mandatory 28
III.1.4 Strategi Kreatif 28
III.1.5 Strategi Media 30
III.1.6 Strategi Distribusi 33
III.2 Konsep Desain 34
III.2.1 Format Desain 34
III.2.2 Tata Letak 35
III.2.3 Huruf 35
III.2.4 Warna 36
III.2.5 Illustrasi 36
III.2.6 Audio 37

BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI 38
IV.1 Media Utama 38
IV.2 Media Pendukung 43

DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 50