

2.1.2 Jenis-jenis Kampanye.....	10
2.1.3 Kampanye Sosial.....	11
2.1.4 Tujuan Kampanye	13
2.1.5 Saluran Kampanye	13
2.2.1 Pesan Kampanye	16
2.1.7 Pengertian Persuasi Kampanye	19
2.1.8 Strategi persuasi kampanye.....	19
2.2 Komunikasi	21
2.2.1 Pengertian Komunikasi	21
2.2.2 Strategi Komunikasi Kampanye	21
2.3 Perlindungan Pejalan Kaki.....	23
2.3.1 Pasal-Pasal Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan	23
2.3.2 Pasal-Pasal Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan	26
2.3.3 Penyelenggaraan Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan	27
2.4 Transportasi.....	28
2.4.1 Fungsi Transportasi.....	28
2.4.2 Manfaat Transportasi	29
2.5 Perilaku	30
2.5.1 Traffic and Travel Behaviour.....	30
2.6 Psikolog Perkembangan	31
2.6.1 Pengertian Dewasa Awal	31
2.6.2 Batasan Masa Dewasa Awal	32
2.6.3 Ciri Perkembangan Dewasa Awal	33
2.6.4 Optimalisasi Perkembangan Dewasa Awal	34
2.6.5 Perkembangan Aspek Emosi.....	34
2.7 Event	36
2.7.1 Jenis Event	37
2.5.2 Tahap Perancangan Sebuah Event	38
2.7.3 Pemasaran Event	39
2.8 Teori Desain Komunikasi Visual.....	40
2.8.1 Media.....	41

2.8.2 Iklan.....	42
2.8.3 Layout	43
2.8.4 Logo	44
2.8.5 Huruf/Tipografi	44
2.8.6 Warna	46
2.9 Teori Analisis	47
2.9.1 SWOT	47
2.9.2 AISAS	48
BAB III DATA DAN ANALISIS	49
3.1 Data Objek	49
3.1.1 Data Pemberi Proyek.....	49
3.1.2 Data Kota Bandung.....	53
3.2 Data Program Pemerintah	54
3.2.1 Hak dan Kewajiban Pejalan Kaki	54
3.2.2 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.....	55
3.2.3 Tentang Jalan	58
3.2.4 Penyelenggaraan Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan	59
3.3 Data Khalayak Sasaran	60
3.3.1 Target Audiemce.....	60
a. Demografis	60
b. Geografis	61
c. Psikografis.....	61
3.3.2 AOI (Activity, Opini, Interest).....	61
3.4 Data Proyek Sejenis	62
3.5 Data Hasil Observasi dan Wawancara	64
3.5.1 Uraian Hasil Observasi	64
3.5.2 Data Wawancara	71
3.5.3 Uraian Hasil Kuesioner	74
3.6 Analisis.....	75
3.6.1 Matriks Perbandingan	75
3.6.2 Analisis Berdasarkan Desain dan Media Sebagai Penyampaian Pesan	77

3.6.3 Analisis SWOT	80
3.7 Kesimpulan Hasil Analisis	81
3.8 Skema Analisis Data	82
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	83
4.1 Konsep Perancangan	83
4.1.1 Pesan yang Dikomunikasikan	83
4.1.2 Tagline.....	84
4.2 Konsep Kreatif	85
4.3 Konsep Visual	87
4.3.1 Identitas Visual.....	88
4.4 Konsep Media	90
4.4.1 Pemilihan Media	90
4.4.2 Penjadwalan Media	92
4.5 Perancangan Visual.....	93
4.6 Hasil Perancangan.....	98
BAB V PENUTUP.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran.....	118
Daftar Pustaka.....	119
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Berfikir	7
Gambar 2.1 Bagan Kategori <i>Special Events</i>	37
Gambar 2.2 Huruf San Serif	45
Gambar 2.3 Huruf Serif	45
Gambar 2.4 Huruf <i>Script</i>	46
Gambar 2.5 Huruf Dekoratif	46
Gambar 3.1 Logo Dinas Perhubungan	49
Gambar 3.2 Logo SATPOL PP	50
Gambar 3.3 Bagan Kepengurusan SATPOL PP	51
Gambar 3.4 Logo Save The Children	52
Gambar 3.5 Logo Kota Bandung	53
Gambar 3.6 Logo Komunitas Jalan Kaki Jakarta.....	62
Gambar 3.7 Logo STEP	63
Gambar 3.8 Mengambil Lahan Trotoar di Daerah Babakan Siliwangi	69
Gambar 3.9 Tindakan Hukuman	69
Gambar 3.10 Pelanggar Berkendara Diatas Trotoar, Jl. Moh.Toha	70
Gambar 3.11 Pelanggar Berkendara Diatas Trotoar, Jl. Asia Afrika.....	70
Gambar 3.13 Menghentikan Kendaraan di Zebracross, jl. Otista Tegalega	70
Gambar 3.12 Menghentikan Kendaraan di Zebracross, jl. Cibaduyut.....	70
Gambar 3.14 Wawancara Dengan Bapak kepala Dinas Perhubungan Kota Bandung	72
Gambar 3.15 Wawancara Dengan Pihak SATPOL PP Kota Bandung.....	73
Gambar 3.16 Wawancara Dengan Pihak Lembaga Swadaya Masyarakat	74
Gambar 3.17 Skema Analisis Data	82
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i>	88
Gambar 4.2 Penggayaan Layout Yang Digunakan.....	89
Gambar 4.3 Font Yang Digunakan	89
Gambar 4.4 Warna Dalam Media	90
Gambar 4.5 Referensi Logo	93