

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada beberapa kota besar di Indonesia seperti di Kota Bandung, laju pertumbuhan pengguna kendaraan pribadi terbilang cukup besar. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Bandung, pada tahun 2015 terhitung sebesar 318.598 pengguna mobil dan 1.030.729 pengguna motor. Sejumlah pengguna kendaraan pribadi ini termasuk pelajar SMP dan SMA yang sudah mengendarai sendiri kendaraan pribadi motor ataupun mobil sebagai transportasi mereka ke sekolah. Disamping sebagai sarana transportasi ke sekolah, alasan para pelajar tersebut menggunakan kendaraan motor atau mobil juga dinilai sebagai sarana eksistensi di hadapan teman-teman.

Setidaknya terdapat 30 unit mobil dan kurang lebih 100 unit motor yang diparkir di halaman parkir sekolah oleh guru dan murid kelas 12, ujar Bpk. Edi Suparno sebagai penjaga keamanan SMAN 2 Bandung. Menurut data observasi dan wawancara dengan Gifran Sonagi pelajar kelas 9 SMPN 43 Bandung, setiap harinya terdapat sekitar 50 pelajar SMPN 43 Bandung yang mengendarai motor ke sekolah meskipun jarak tempat tinggal para pelajar tersebut dekat dengan sekolah. Motor yang dikendarai tersebut diparkir di luar sekolah agar pihak sekolah tidak mengetahui. Ibu Titiek Isbandiah selaku Wakasek Kesiswaan SMPN 43 Bandung menuturkan bahwasannya sekolah sudah melarang para pelajar mengendarai motor sendiri ke sekolah dan sudah melakukan razia untuk menindak pelajarnya yang kedapatan membawa kendaraan bermotor lalu memanggil orang tua murid tersebut sebagai pemberian sanksi.

Penggunaan motor dan mobil oleh pelajar SMP dan SMA ke sekolah menyebabkan beberapa dampak negatif, diantaranya; 1. *Melanggar peraturan lalu lintas*. Karena undang-undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Pada pasal 81 ayat (2) huruf (a) disebutkan bahwa syarat usia paling rendah seseorang memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM) adalah 17 tahun, sementara banyak pelajar yang belum berusia 17 tahun, 2. *Meningkatnya resiko kecelakaan di jalan raya*. Secara psikologis, pelajar yang mengendarai

motor atau mobil cenderung ingin memacu kendaraannya dengan kecepatan tinggi *alias* ngebut di jalanan, kurang hati-hati, dan arogan serta para pelajar yang mengendarai motor atau mobil kadang tidak disertai dengan pemahamannya terhadap rambu-rambu lalu lintas dan perhitungan yang matang. Akibatnya, banyak terjadi kecelakaan, 3. *Menurunnya produktivitas*. Para pelajar yang difasilitasi kendaraan bermotor pribadi oleh orang tuanya cenderung memilih nongkrong atau jalan-jalan bersama komunitasnya, bahkan beberapa pelajar ada yang memutuskan untuk bolos sekolah untuk pergi ke tujuan yang terkadang tidak jelas (http://www.kompasiana.com/cardalola/perlukah-pelajar-membawa-kendaraan-pribadi-ke-sekolah_5517dcb0a33311af07b66131 7-3-2017).

Berdasarkan data observasi, penerimaan murid baru SMP dan SMA di Kota Bandung menggunakan sistem *rayon* yang mana menerima murid berdasarkan wilayah kecamatan terdekat dari tempat tinggal sehingga pelajar tidak perlu mengendarai kendaraan bermotor pribadi ataupun menggunakan kendaraan umum, cukup menggunakan sepeda untuk bersekolah. Dan juga bersepeda termasuk olahraga yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh ketimbang mereka menggunakan kendaraan bermotor yang tiap harinya menambah parah kemacetan dan meningkatkan polusi udara yang semakin mengkhawatirkan. Menurut prof. Frobose dan tim di *Center of Health Academy of Cologne* (dalam Afrian Nugros, 2011:38) bersepeda adalah metode olahraga yang paling banyak memiliki manfaat untuk menguatkan sistem kekebalan tubuh kita. Bersepeda merupakan olah raga yang murah, bisa menghilangkan stress, melatih otak kanan (kreativitas modifikasi), menjalin komunitas (bertambah teman) dan juga ramah terhadap lingkungan (*go green*). Berdasarkan alasan diatas, para pelajar lebih baik menggunakan sepeda untuk pergi menuju sekolah atau bahkan kemana pun tujuan mereka sehari-hari.

Pemerintah Kota Bandung membentuk program Bandung Juara yang diantaranya memiliki kampanye bersepeda di hari Jumat bernama “Nyatakan Cintamu Dengan Bersepeda”. Berdasarkan wawancara bersama Bpk. Didi Ruswandi Kepala Dinas Perhubungan Kota Bandung, program ini bertujuan untuk menarik masyarakat yang hobi olahraga bersepeda di akhir pekan agar

menjadikan sepedanya sebagai alat transportasi *daily commuter* dan menarik perhatian masyarakat yang belum bersepeda agar ikut bersepeda sehari-hari. Beliau menambahkan, belum dilakukannya penelitian penghitungan jumlah pasti peserta kampanye “Nyatakan Cintamu Dengan Bersepeda” sejak hari pertama kampanye pada Jumat, 20 Januari 2017. Kampanye bersepeda ini juga perlu diadakan bagi pelajar SMP dan SMA agar mereka sadar dan antusias jika mereka bersepeda ke sekolah dapat menyehatkan tubuh.

Berdasarkan alasan diatas, diperlukan sosialisasi dan ajakan berupa kampanye untuk meningkatkan minat pelajar SMP dan SMA untuk menggunakan sepeda sebagai alat transportasi menuju sekolah dan agar para pelajar tersebut hidup sehat dan tidak lagi mengendarai kendaraan pribadi motor maupun mobil terutama bagi yang belum cukup usia. Sosialisasi dan ajakan ini juga sebagai kampanye dukungan program Bandung Juara yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Bandung.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Tingginya populasi pengguna kendaraan pribadi di Kota Bandung termasuk banyaknya jumlah motor dan mobil yang dikendarai pelajar SMP dan SMA ke sekolah di Kota Bandung meskipun sudah dilarang oleh pihak sekolah.
2. Kurangnya kesadaran serta tanggung jawab pelajar dalam mengendarai kendaraan bermotor bagi yg belum cukup usia.
3. Terdapat banyak dampak negatif yang disebabkan oleh penggunaan kendaraan bermotor sebagai transportasi pelajar SMP dan SMA ke sekolah.
4. Kendaraan motor dan mobil menambah parah kemacetan dan meningkatkan tingkat polusi udara.
5. Kurangnya minat pelajar SMP dan SMA untuk menggunakan sepeda sebagai alat transportasi ke sekolah.

1.2.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye yang dapat meningkatkan minat pelajar SMP dan SMA di Kota Bandung agar bersepeda ke sekolah?

1.3 Ruang Lingkup

- a) Apa : Perancangan kampanye bersepeda ke sekolah.
- b) Siapa : Pelajar SMP dan SMA di Kota Bandung.
- c) Dimana : Kota Bandung.
- d) Kapan : Penelitian dan perancangan kampanye dilakukan mulai bulan Januari hingga Juli 2017. Pelaksanaan kampanye sendiri akan dimulai bulan September hingga Oktober 2017.
- e) Bagaimana : Mengajak pelajar SMP dan SMA agar menggunakan sepeda ke sekolah.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang kampanye yang dapat meningkatkan minat pelajar SMP dan SMA di Kota Bandung agar bersepeda ke sekolah.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik atau metode observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena–fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilaian tersebut, bagi pelaksana observasi untuk melihat obyek moment tertentu, sehingga mampu memisahkan antara yang diperlukan dengan yang tidak diperlukan (Margono, 2007:159).

Salah satu cara observasi yang dilakukan penulis dengan melakukan pengamatan langsung dari melihat fenomena apa saja yang terjadi di lapangan ketika pelajar SMP dan SMA di Kota Bandung menggunakan motor atau mobil sebagai alat transportasi mereka bersekolah.

b. Studi Pustaka

Buku ditulis sebagai penuangan pemikiran dari penulisnya, dari khayalan dan impian, pemikiran, hasil pengamatan dan penelitian dituangkan dalam bentuk tulisan. Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti memerlukan membaca untuk mengisi *frame of mind*-nya (Soewardikoen, 2013:6).

Penulis melakukan studi pustaka dengan mempelajari dan mengumpulkan beberapa data dari media cetak seperti buku dan media elektronik seperti internet yang berkaitan dengan materi bahasan. Penulis juga akan mencari informasi dari beberapa buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya.

c. Wawancara Ahli

Koentjaraningrat (dalam Soewardikoen, 2013:20) menjelaskan wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka.

Wawancara akan dilakukan oleh penulis terhadap ahli-ahli yang berkaitan dengan materi bahasan yang diangkat kali ini seperti ahli-ahli di bidang kampanye, sepeda, transportasi dan lingkungan.

d. Mengumpulkan Kuesioner

Dari kata *question* = pertanyaan, ada yang menyebutnya Angket. Hal yang dimaksud adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh “responden”, yakni orang yang merespon pertanyaan (Soewardikoen,2013:25).

Pembuatan kuesioner dan membagikannya kepada responden untuk mendapatkan alternatif jawaban, saran dan masukan setelah mempelajari karakteristik target audiens.

1.6 Metode Analisa Data

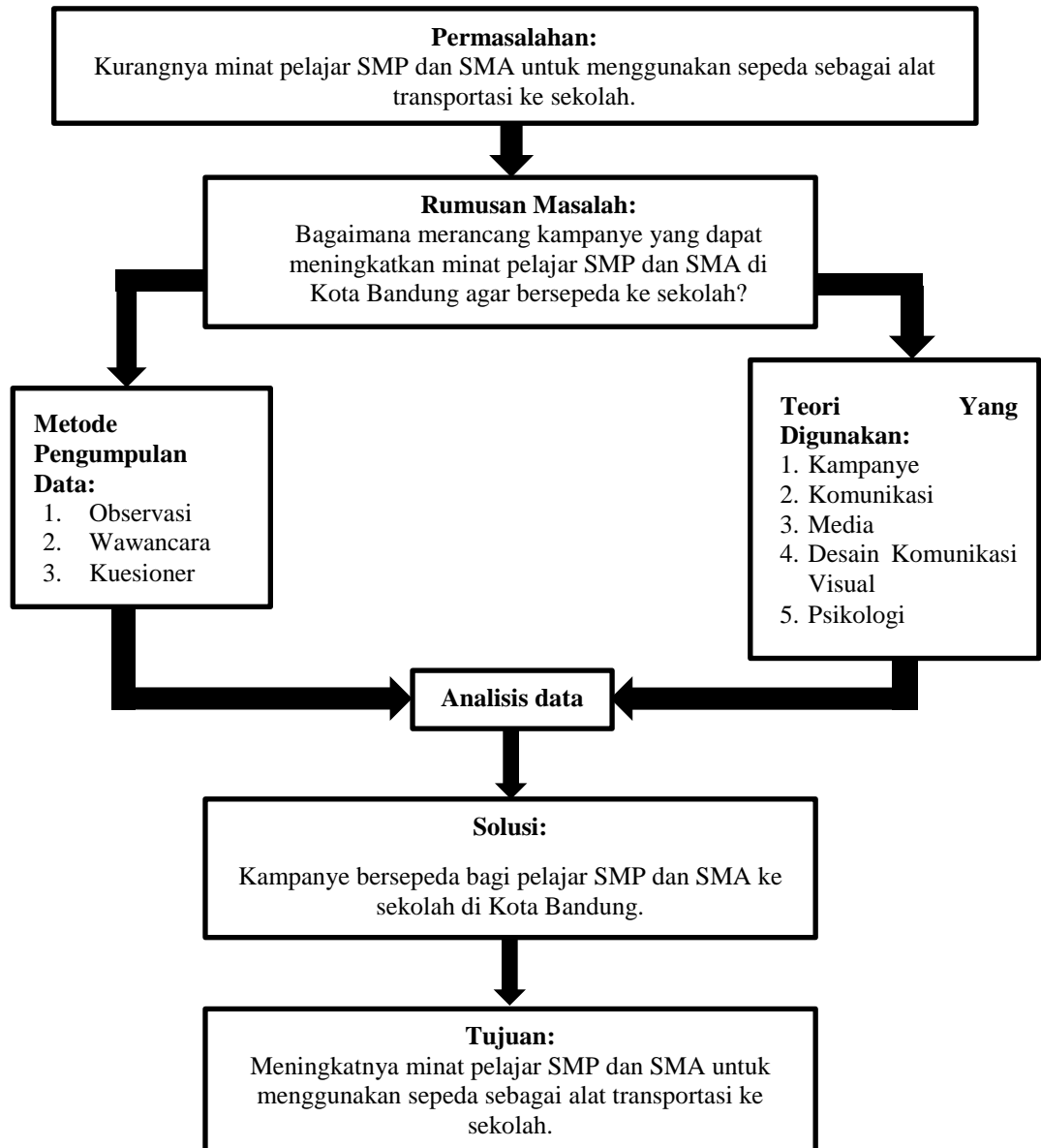
Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode:

1. Analisa Matriks Perbandingan

Soewardikoen menerangkan (2013:51), matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih seimbang Sangat berguna untuk membandingkan seperangkat data, misalnya, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam data penelitian. Dilakukan analisis ini untuk membandingkan perancangan ini dengan proyek yang sejenis atau sudah pernah dilakukan untuk menjadikan tolak ukur.

1.7 Kerangka Perancangan

Bagan 1. 1 Kerangka perancangan



Sumber: Dokumentasi Penulis

1.8 Pembabakan

BAB I – Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, teknik pengumpulan data, metode analisa data, kerangka perancangan dan pembabakan.

BAB II – Dasar Pemikiran

Bab ini berisikan penjelasan dasar pemikiran dari teori-teori relevan yang dijadikan landasan untuk merancang.

BAB III – Uraian Data dan Analisis Masalah

Bab ini berisikan data-data institusi pemberi proyek, data produk, data khalayak sasaran, data proyek sejenis, data hasil observasi, data hasil wawancara dan data hasil kuesioner

BAB IV – Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisikan konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, konsep bisnis atau konsep *Marketing Communication* yang dipergunakan dan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media.

BAB V – Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil perancangan.