

ABSTRAK
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
TUJUH ZONA MERAH PKL KOTA BANDUNG

Oleh

Bagus Adi Winarto

NPM : 1401110322

Persoalan pedagang kaki lima di Kota Bandung merupakan aspek penting yang harus diperhatikan karena dapat menunjang kenyamanan kota. Tidak dapat dipungkiri bahwa dari tahun ke tahun permasalahan penataan PKL tersebut tidak pernah tuntas. Penataan PKL yang diatur pada PERDA Nomor 4 Tahun 2011 serta PERWAL Nomor 571 Tahun 2014 tidak berjalan dengan maksimal. Hal tersebut dikuatkan dengan beberapa fenomena seperti PKL banyak yang melanggar aturan, adanya oknum-oknum petugas yang berbuat curang dan bekerjasama dengan PKL, sosialisasi peraturan ke masyarakat luas kurang maksimal, dan tingkat kepedulian dan rasa memiliki masyarakat yang rendah terhadap ketertiban Kota Bandung. Guna menjawab permasalahan diatas, Penulis mengumpulkan data melalui beberapa metode seperti observasi, studi pustaka, wawancara narasumber dan kuisisioner kepada responden. Penulis juga melakukan analisis dengan membandingkan program kampanye lainnya untuk menjadi acuan perancangan. Diperlukan partisipasi masyarakat warga Bandung untuk menjaga ketertiban daerah dimana banyak PKL berjualan. Setelah mengumpulkan data dan analisis, Penulis melakukan perancangan kampanye dengan tujuan untuk “meningkatkan kesadaran serta kepedulian masyarakat terhadap pentingnya menjaga ketertiban Pedagang Kaki Lima pada 7 zona merah” yang ada di Bandung. Dengan konsep yang sederhana serta pendekatan kreatif dan humoris. Media-media yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah poster, e-poster, spanduk, billboard, facebook, twitter, instagram, sticker, souvenir (pin & t-shirt) serta signsystem.

Diharapkan dengan adanya perancangan Tugas Akhir ini, akan meningkatkan partisipasi warga Bandung menjadi tertib karena dijaga oleh warganya sendiri. Serta dapat membantu Pemerintah Kota Bandung dalam mewujudkan cita-cita besar yaitu Bandung Juara.

Kata kunci : Kampanye, Kesadaran, Zona merah, Bandung.