

**KAMPANYE MEMASYARAKATKAN PENGGUNAAN SEPEDA
KEPADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG
MELALUI MEDIA POSTER**

Bambang Purnomo¹, Muzni Ramanto², Ady Rosa³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
email: team_design89@yahoo.co.id

Abstract

State University of Padang (UNP) is one of the country's leading higher education institutions in West Sumatera. In a government and private institutions, the use of means of transportation very important role to support the smooth running of activities undertaken. Currently, a widely used means of transportation at the State University of Padang is the kind of motor vehicles and motor cars. Phenomena occurring at the State University of Padang on the motor vehicle is, the onset of discomfort on the move. These include discomfort, noise pollution, air pollution, public order disturbances caused by motor vehicles. The design of this poster campaign through the media aims to make comfortable and orderly atmosphere in the campus environment, and make Padang State University academic community more healthy without air pollution. The method used in this campaign using the two methods. The first method of data collection and data analysis methods. Data collection methods, the authors do by way of interviews, observation, and documentation. Second, the method of data analysis using SWOT analysis. From the SWOT analysis will be obtained Strength, Weakness, Opportunity, and the Threat of this campaign. The results of the analysis of the campaign to popularize the use of bicycles to the students of UNP media is the creation of a poster design and its supporters are referring to the principles and rules of design in general.

Kata Kunci: Kampanye, Sepeda, Mahasiswa, Poster

A. Pendahuluan

Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan lembaga pendidikan tinggi negeri terkemuka di Sumatera Barat, yang menghasilkan lulusan tenaga

¹ Mahasiswa Penulis Tugas Akhir Prodi DKV untuk wisuda periode September 2012

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

kependidikan dan non kependidikan serta mempunyai daya saing tinggi. UNP memiliki beberapa fakultas seperti Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK), Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Teknik (FT), dan Fakultas Ilmu-ilmu Sosial (FIS).

Dalam sebuah institusi baik pemerintah maupun swasta ataupun perusahaan, penggunaan alat transportasi sangat berperan penting untuk mendukung kelancaran aktivitas yang dilakukan. Alat transportasi yang banyak digunakan di Indonesia adalah kendaraan bermotor jenis mobil dan motor. Berdasarkan data dari Kepolisian Republik Indonesia, jumlah penggunaan mobil dan motor terus meningkat tiap tahunnya. Berikut rincian peningkatan jumlah kendaraan bermotor dari tahun 2005 sampai 2009.

Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis tahun 2005-2009

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2005	5 494 034	1 184 918	2 920 828	28 556 498	38 156 278
2006	6 615 104	1 511 129	3 541 800	33 413 222	45 081 255
2007	8 864 961	2 103 423	4 845 937	41 955 128	57 769 449
2008	9 859 926	2 583 170	5 146 674	47 683 681	65 273 451
2009	10 364 125	2 729 572	5 187 740	52 433 132	70 714 569

Sumber : Kantor Kepolisian Republik Indonesia tahun 2011

Ini menunjukkan bahwa daya beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Pada sisi lain hal ini menimbulkan berbagai dampak negatif terhadap lingkungan. Polusi udara yang diakibatkan asap

kendaraan bermotor, mengakibatkan peningkatan konsentrasi gas CO₂ di udara menyebabkan terjadinya pemanasan global.

Masalah kenyamanan dan ketertiban dapat ditimbulkan oleh pengguna kendaraan bermotor. Kemacetan, ngebut di jalanan, serta suara bising yang ditimbulkan oleh knalpot kendaraan bermotor adalah sebagian dari banyaknya masalah yang timbul di tengah-tengah masyarakat.

Sehubungan dengan itu Sanjoyo, pada harian Kompas tanggal 5 Januari 2012 menjelaskan sebagai berikut.

Menurut pakar kesehatan olahraga, dr Hario Tilarso, secara umum kegiatan bersepeda sangat efektif dalam meningkatkan kebugaran. Jika dilakukan dengan intensitas yang memadai, bersepeda secara klinis terbukti dapat meningkatkan kemampuan jantung dan paru-paru, menambah kekuatan otot, menurunkan lemak badan, menurunkan berat badan, menurunkan tingkat gula darah, meningkatkan diameter pembuluh darah, serta menurunkan resiko penyakit jantung koroner.

Penggunaan kendaraan bermotor di berbagai bidang perlu dikaji, untuk mengurangi resiko kerusakan lingkungan. Untuk aktivitas yang relatif ringan dan tidak menempuh jarak jauh perlu dihindari. Alternatif alat transportasi yang dapat mensubstitusi kendaraan bermotor untuk kegunaan yang ringan adalah sepeda. Ibnu (2011:73) mengatakan “bersepeda bukan hanya banyak digemari oleh anak-anak, akan tetapi juga kalangan orang dewasa atau tua sekalipun. Sebab, banyak manfaat yang dapat diambil dari bersepeda, salah satunya adalah dapat mengurangi polusi udara”. Untuk mahasiswa yang tinggal jauh dari kampus, diberi toleransi untuk menggunakan kendaraan apa saja, namun ajakan untuk tidak

membawa kendaraan bermotor ke kampus sangat perlu dipertimbangkan, minimal mahasiswa yang tinggal jauh dari kampus dapat menggunakan kendaraan umum.

Alat transportasi sepeda pernah populer beberapa dekade yang lalu, namun popularitasnya meredup seiring meningkatnya penggunaan mobil dan motor. Kampanye tentang penggunaan sepeda sebagai alat transportasi perlu digerakkan lagi. Penggunaan sepeda memiliki berbagai manfaat, khususnya dalam memelihara kebersihan lingkungan, dengan bersepeda sekaligus berolahraga sehingga lebih menyehatkan.

Salah satu dari bentuk kampanye bersepeda yang telah banyak dilakukan di Indonesia, salah satunya di Universitas Gadjah Mada (UGM). Seperti yang dilansir dalam situs resminya (www.ugm.ac.id)

Rencana induk pengembangan kampus (RIPK) Universitas Gadjah Mada 2005 - 2015 memberikan arah pada pengembangan kawasan educopolis yaitu suatu lingkungan yang kondusif untuk proses pembelajaran dalam konteks pengembangan kolaborasi multidisiplin dan tanggap terhadap isu ekologi. Kebijakan pengelolaan layanan sepeda kampus merupakan salah satu perwujudan dari visi tersebut. Penggunaan sepeda di dalam lingkungan kampus di samping menyehatkan jasmani juga diharapkan akan meningkatkan silaturahmi antar mahasiswa sebagai calon pemimpin bangsa pada berbagai bidang keahlian.

Pada tanggal 2 Maret 2012, PT. Bank Negara Indonesia Tbk (BNI), menyerahkan bantuan 200 unit sepeda kampus kepada Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, sehingga pada saat ini sepeda kampus yang dimiliki UGM adalah sebanyak 830 unit. Masyarakat kampus yang identik dengan kaum intelektual, dapat memulai gerakan-gerakan yang positif mendukung keberlangsungan kehidupan yang aman, nyaman, sehat, dan yang jelas peduli lingkungan.

Banyaknya gerakan-gerakan atau kampanye yang dilakukan untuk bersepeda, poster adalah media yang paling tepat dalam sosialisasi program yang sedang digalakkan. Di Universitas Negeri Padang cukup besar pengguna kendaraan bermotor di masing-masing fakultas, maka poster sangat tepat jika digunakan sebagai media utama dalam kampanye ini.

Kelebihan penggunaan media poster diantaranya memiliki warna yang menarik dan memiliki daya tarik khusus, poster bisa disertai dengan ilustrasi dan pernyataan serta informasi sehingga dapat menarik khalayak.

Adanya kampanye melalui media poster, seluruh mahasiswa Universitas Negeri Padang diharapkan lebih peduli akan lingkungan, keamanan, kenyamanan, dan yang jelas kesehatan mahasiswa itu sendiri. Guna meningkatkan kesadaran itu semua, penulis tergerak untuk membuat sebuah kampanye bersepeda yang bertujuan agar menjadikan Universitas Negeri Padang, sebagai kampus yang aman, nyaman, tertib dan peduli terhadap lingkungan.

Sangat pentingnya pengelolaan lingkungan hidup sebagai upaya untuk menekan angka polusi udara yang semakin membahayakan. Dikutip dari laman Kompas Online tanggal 7 Januari 2009 memberitakan Sepanjang tahun 2008, sebanyak 406.906 warga Medan terserang Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) yang sebagian besar diakibatkan buruknya kondisi udara dan perubahan cuaca yang selalu berubah-ubah.

Menurut Helmy (Kompas Online, 6 Desember 2009) menjelaskan, Kepala Pusat Laboratorium Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

Pemerintahan, Universitas Padjadjaran Santoso Triraharjo mengatakan, fenomena pesepeda di kalangan pelajar setingkat SMA adalah hal luar biasa.

Santoso menambahkan, saat ini penggunaan sepeda tidak hanya disebabkan alasan ekonomis. Banyak pengguna sepeda sebenarnya berkecukupan karena memiliki sepeda motor dan mobil. Namun, mereka bersikap cerdas memilih sepeda sebagai kendaraan utama sehari-hari. Mereka sudah mengetahui pengaruh apa yang terjadi bila polusi asap pembakaran hingga kecelakaan di jalan raya akibat kendaraan bermotor terus meningkat.

“Kampanye merupakan usaha pengarahan, pemerkuat, dan pergerakan kecenderungan yang ada ke arah tujuan yang diperkenankan secara sosial, misalnya pemungutan suara, pembelian barang-barang, peningkatan kesehatan, dan keselamatan dan sebagainya” (McQuail, 2002:126). Selain pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, berikut adalah definisi kampanye dari salah satu ahli.

“Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Antar, 2005:7).

Kesimpulannya adalah kampanye merupakan suatu usaha untuk melakukan pendekatan kepada khalayak yang bertujuan supaya khalayak dapat mengerti dan memahami serta mengikuti apa yang di anjurkan dalam kampanye tersebut.

Kusrianto (2007:338) menjelaskan bahwa poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun *trend* tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman.

Poster adalah salah satu media penyampaian berbentuk dua dimensi yang didalamnya memuat gambar dan tulisan, untuk menyampaikan suatu informasi. Poster pada umumnya ditempel di tempat-tempat dimana banyak masyarakat dapat membacanya.

Dalam perancangan sebuah poster pertimbangan untuk pemilihan unsur didalamnya sangat penting. Tipografi dan ilustrasi sebagai unsur yang sangat penting dalam media poster, perlu di kaji lebih dalam. Maka dari itu, untuk mendukung terciptanya karya desain yang menarik dan mencapai tujuan berikut beberapa kajian tentang tipografi dan ilustrasi.

“Di dalam Desain Grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, (menyusun) meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki” (Kusrianto 2007:190).

“Langkah awal untuk mempelajari tipografi adalah mengenali atau memahami anatomi huruf. Seperti halnya tubuh manusia, huruf memiliki berbagai organ yang berbeda. Gabungan seluruh komponen dari suatu huruf merupakan identifikasi visual yang dapat membedakan antara huruf yang satu dengan yang lain” (Sihombing, 2001:11-12).

Menurut Wahana Komputer (2007:272) menjelaskan dalam sebuah karya desain kadang kita tidak bisa menampilkan objek secara vulgar karena adanya larangan dari pemerintah atau penolakan masyarakat dengan alasan moralitas. Untuk memecahkan masalah ini, para desainer menggunakan gambar ilustrasi yang menampilkan objek secara vulgar melainkan melalui ikon, yang merupakan representasi dari objek tersebut.

Walaupun perkembangan teknologi komunikasi di bidang elektronika terus berkembang pesat, untuk jajaran media cetak (*print ad*) poster masih digunakan hingga saat ini, dan dirasakan begitu melekat di tengah-tengah masyarakat. Kesimpulannya bahwa untuk kelangsungan hidup manusia saat ini, media begitu dibutuhkan. Seluruh informasi ataupun ajakan serta himbauan banyak disampaikan di media. Masyarakat sebagai penerima pesan dan media sebagai penyampai pesan.

Tujuan penciptaan ini, adalah untuk mendapatkan sebuah perancangan media poster tentang kampanye memasyarakatkan penggunaan, sepeda kepada mahasiswa Universitas Negeri Padang, yang komunikatif dan tepat sasaran sehingga didapatkan sebuah hasil yang sangat baik.

B. Metode Penelitian

Untuk mendukung terciptanya perancangan kampanye bersepeda, maka dirancang sebuah metode yang mendalam tentang apa yang menjadi kebiasaan-kebiasaan yang ada pada sasaran, dengan menggunakan Metode Analisis SWOT.

Dalam Analisis SWOT, didapatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam melakukan proses perancangan kampanye.

Adapun paparan tentang Analisis SWOT yang digunakan dalam kampanye ini adalah sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Tidak menggunakan kendaraan bermotor mengurangi resiko ancaman pemanasan global.
- b. Tidak melakukan tindakan ngebut di jalanan menjauhkan dari berbagai gangguan kenyamanan dan ketertiban.
- c. Tidak melakukan tindakan kriminal yang menggunakan kendaraan bermotor membuat lingkungan merasa aman.
- d. Tidak memarkir kendaraan bermotor pada tempat-tempat yang dilarang.
- e. Berbagai komunitas dan pemerintah mulai memberikan perhatian khusus terhadap penggunaan kendaraan alternatif.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Kesadaran yang kurang akan efek-efek buruk yang akan ditimbulkan.
- b. Teknologi kendaraan yang semakin maju (motor dan mobil).
- c. Gaya hidup yang semakin tak terkendali.
- d. Menganggap hak asasi perorangan di atas segalanya.
- e. Pengetahuan tentang ancaman pemanasan global minim.
- f. Jauh dari kehidupan sederhana.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Masyarakat kampus mulai risih dengan masalah yang ditimbulkan kendaraan bermotor.
- b. Keinginan untuk beralih menggunakan sepeda seiring bersepeda kini menjadi *trend* tersendiri. Di buktikan dengan terbentuknya komunitas-komunitas bersepeda.
- c. Menghentikan segala aktivitas yang menimbulkan gangguan kenyamanan, ketertiban, serta menimbulkan ancaman rusaknya lingkungan.

4. *Threat* (Ancaman)

- a. Meningkatnya penggunaan kendaraan bermotor berdampak sangat buruk baik bagi diri sendiri, lingkungan sekitar, dan alam.
- b. Resiko terserang penyakit sangat mungkin terjadi.
- c. Berkembangnya *geng* motor yang masuk ke dalam kampus. Sehingga mengganggu aktifitas kampus.
- d. Efek Globalisasi

C. Pembahasan

1. Konsep verbal

Dalam perancangan visual poster kampanye bersepeda kepada mahasiswa Universitas Negeri Padang, konsep verbal yang digunakan adalah berupa sindiran terhadap perilaku atau gaya hidup mahasiswa

pengguna kendaraan bermotor. *Headline* dalam perancangan poster akan dijadikan sebagai sesuatu yang lebih menonjol daripada unsur lainnya. Adapun *headline* yang penulis pilih adalah “*ga’ SEPEDA ga’ GAYA*”. Pemilihan *headline* tersebut menimbang bahwa di tengah-tengah kehidupan keseharian gaya hidup lebih menjadi perhatian banyak mahasiswa. Selain itu, dalam unsur poster penulis pilih sebuah *tagline* yaitu “*Lebih Sehat, Lebih Nyaman*”. Maksud dari *tagline* tersebut adalah dengan menggunakan sepeda, jasmani seseorang akan lebih sehat serta lingkungan kampus lebih nyaman. Untuk mendukung perancangan poster ini dapat tercapai penulis menyertakan teks dalam poster tersebut. Teks tersebut bertuliskan “*8 Manfaat Bersepeda menurut Bike to Work Indonesia (tahun 2011) : 1. Penggunaan sepeda bebas dari emisi karbon, 2. Bersepeda lebih cepat daripada jalan kaki, naik bus, atau berkendara bermotor, terutama di jalan yang sering macet, 3. Bersepeda adalah terapi untuk sistem Cardiovascular, sehingga membuat hidup lebih sehat, 4. Mudah diparkir, 5. Mengurangi konsumsi energi, 6. Mengurangi polusi udara, 7. Mengurangi gas efek rumah kaca, serta 8. Mengurangi polusi suara dan menciptakan komunitas yang lebih tenang.*” Maksud dari teks tersebut adalah untuk menginformasikan kepada para mahasiswa manfaat bersepeda yang sesungguhnya.

2. Konsep visual

Demi mendapatkan hasil yang positif dalam perancangan media poster, ada beberapa unsur yang dipergunakan seperti, gambar, teks, dan warna untuk disatukan menjadi satu kesatuan yang baru, sehingga mendapatkan hasil yang lebih komunikatif. Konsep visual yang diterapkan dalam perancangan poster ini adalah menggambarkan bagaimana bangganya menggunakan sepeda ke Kampus. Semua hal tersebut akan menggunakan susunan-susunan foto yang tersusun rapih sebagai unsur poster, di padukan dengan tipografi yang menarik serta logo “*Bike to Campus UNP Padang.*”

Dalam perancangan ini, penulis menyertakan sebuah logo sebagai pendukung visual di dalam poster. Logo ini adalah sebuah *logotype* yang bertuliskan “*bike to campus UNP Padang*” dipadukan dengan *logogram* berbentuk Sepeda.



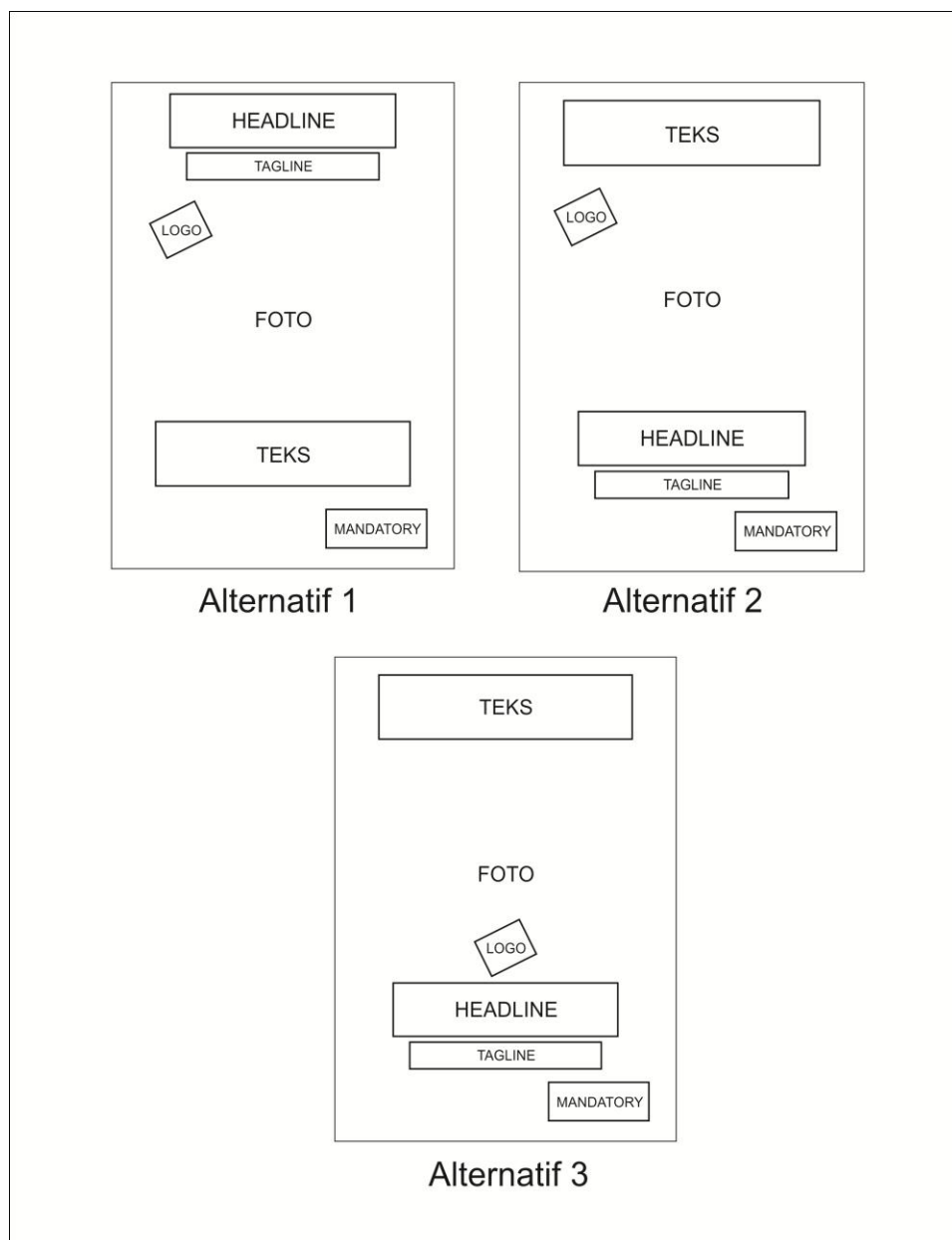
Logo *Bike to Campus UNP Padang*

Selain itu, untuk mendukung ilustrasi yang ada dalam poster, di gunakan juga unsur tipografi (*font*) yang lebih menonjol. Penggunaan tipografi ini meliputi, *Headline*, dan *Tagline*, serta *Teks*. Pemilihan jenis huruf menjadi pertimbangan yang sangat penting. Untuk *Headline*

menggunakan jenis huruf *Chicken Butt*, sedangkan *Tagline* menggunakan jenis huruf *Erase Bold ITC*, serta jenis huruf untuk teks menggunakan *Arial Rounded MT Bold*.

3. *Layout Kasar*

Poster



4. *Layout Eksekusi*

Poster



Alasan penulis memilih *layout* rancangan poster di atas dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain. Meberikan kesan menarik adalah tujuan dari perancangan ini. Tipikal metode *layout* iklan diatas adalah menggunakan model Group.

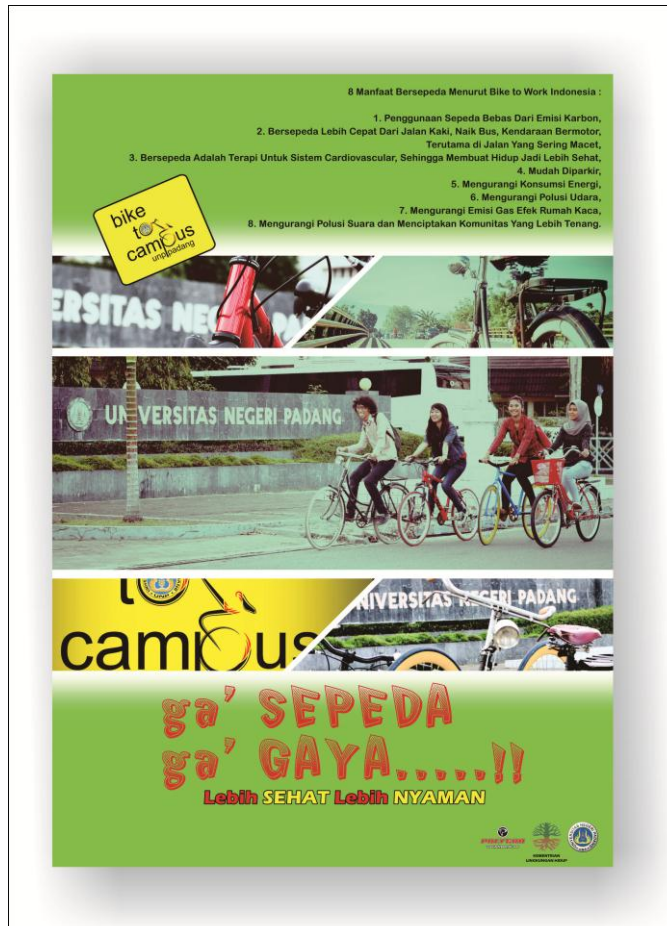
Menurut Kusrianto (2007:308) *Layout Group* menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam satu titik konsentrasi pandang di halaman iklan. Tujuannya untuk memberikan satu pusat perhatian. Untuk dukungan tipografi, tata letak *font* sangat menjadi perhatian khusus. Peletakkan *headline* pada sisi bawah gambar ilustrasi memberikan kesan kesatuan, maksudnya

dalam perancangan *layout* poster ini, gambar ilustrasi sangat berperan besar untuk menjadi daya pikat para pembaca. Setelah pembaca melihat gambar ilustrasi yang ada, pembaca di arahkan untuk melihat lebih dalam apa pesan yang disampaikan dengan melihat *headline*. Tata letak teks yang terpisah dari *headline* memeberikan kesan bahwa ada penjelasan manfaat dari bersepeda itu sendiri, maka dari itu letak teks di tempatkan tersendiri. Menurut Supriono (2010:97) menjelaskan bahwa desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya.

Untuk pewarnaan, dalam perancangan semua media termasuk poster menggunakan *background* berwarna hijau. Pemilihan warna ini, sekedar untuk memberikan kesan kontras terhadap elemen-elemen lainnya seperti *headline*, *tagline*, teks, dan gambar ilustrasi.

5. Final Layout

Poster



D. Simpulan dan Saran

Semua unsur yang diterapkan baik pada media utama maupun media pendukung, mengacu pada konsep verbal konsep visual. Penerapan desain tata letak (*layout*) pada semua media baik media utama dan media pendukung, mengikuti pada prinsip-prinsip desain supaya pada perancangan ini mendapatkan hasil yang maksimal.

Dengan demikian, perancangan kampanye memasyarakatkan sepeda kepada mahasiswa Universitas Negeri Padang, dalam bentuk media poster dan

media pendukung lainnya, dapat menjangkau target sasaran yaitu seluruh mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Kepada Universitas Negeri Padang khususnya kepada para pejabat pembuat kebijakan, agar program *Bike to Campus UNP Padang* dimasukkan kedalam Rencana Induk Pembangunan Kampus (RIPK) Universitas Negeri Padang 2012 – 2017, sehingga kedepannya program ini dapat berlaku untuk Civitas Akademik Universitas Negeri Padang secara keseluruhan, tidak hanya mahasiswa.

Kepada mahasiswa Universitas Negeri Padang, diharapkan pesan yang telah disampaikan ini benar-benar di laksanakan, terlebih dalam jangka waktu lima tahun kedepan, Universitas Negeri Padang berencana untuk mengendalikan laju pergerakan kendaraan bermotor di lingkungan kampus.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan Pembimbing I Drs. Muzni Ramanto dan Pembimbing II Drs. Ady Rosa, M.Sn.

Daftar Rujukan

Khalis, Ibnu. 2011. *BikeMania*. Yogyakarta: FlashBooks.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Madjadikara, S, Agus. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

McQuail, Dennis. 2002. *McQuail Mass Communication Theory*. Singapura: SAGA Publications Asia-Pasific.

Sihombing, Danton. 2003. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Yogyakarta: Andi.

Supriono, Rahmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Venus, Antar dkk. 2005. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

Wahana Komputer. 2007. *Menjadi Seorang Desainer Grafis*. Yogyakarta: Andi.

www.bps.go.id diakses tanggal 27 Februari 2012

www.kompasonline.com diakses tanggal 24 Mei 2012

www.ugm.ac.id diakses tanggal 24 Mei 2012