

*Original article*

## **MENGAJAK MASYARAKAT IKUT AKTIF DALAM KAMPANYE FRIENDLY BANDUNG MELALUI INSTALASI INTERAKTIF**

Melita SETIAWAN<sup>1</sup>, Alfonzo R. KOAPAHA<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Institut Teknologi Bandung*  
*melita.setiawan@gmail.com*  
*alfonzo181@yahoo.com*

### **ABSTRACT**

Friendly Bandung is an international city branding campaign which developed within different aspect and promoted by creative community in Bandung city. This campaign was initiated because the government's facility has not used effectively by many of pedestrian yet. The increased use of crossing bridge was one alternative way to support the convenience for both pedestrian and the rest of road users. Interactive installation has a potency to persuade pedestrian in using crossing government facilitation as it fits the open minded and friendly characters of Bandung's people. This study collected data through literature study, observation and interview. Moreover, this study also connected the phenomena with several theories such as fun theory and the concept of interaction. The interactive installation could become a pioneer of the safety, security and smooth traffic flow by persuade pedestrian to use crossing bridge.

*Keywords: Friendly Bandung, Bandung Walk Friendly, pedestrian, crossing bridge, interactive installation*

## 1. PENDAHULUAN

Walikota Bandung, Ridwan Kamil, menyadari besarnya potensi wisata Bandung dan menggagas *Friendly Bandung* untuk mempromosikan Bandung di kancah nasional dan internasional [1]. *Friendly Bandung* merupakan kampanye *city branding* internasional yang dipelopori oleh komunitas-komunitas kreatif di Bandung. Kampanye ini ditujukan kepada wisatawan Bandung agar mereka dapat merasakan keramahan dan sifat *someah* dari warga. Selain untuk tujuan pariwisata, komunitas kreatif Bandung mengembangkan *Friendly Bandung* agar dapat menyentuh seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Kendati demikian, observasi lapangan yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa sebagian besar jalan-jalan umum di Kota Bandung cenderung kurang nyaman untuk dilewati. Masih sering terjadi kemacetan, ketidakteraturan, dan bahkan kecelakaan, terutama di daerah-daerah wisata dan pusat kota. Menurut Kepala Bidang Perencanaan, Syarkowi pejalan kaki adalah pengguna jalan utama di Indonesia [2]. Data Polri pada tahun 2014 menunjukkan bahwa 21% korban meninggal dunia akibat kecelakaan di jalan raya adalah pejalan kaki [3]. Iskandar Abubakar menyebutkan bahwa kecelakaan yang mencederai pejalan kaki terutama terjadi pada mereka yang menyeberang jalan [4]. Pemerintah

telah berupaya membangun infrastruktur penyeberangan berupa *zebra cross*, *pelican cross*, dan jembatan penyeberangan di berbagai titik. Namun intensitas penggunaan infrastruktur penyeberangan belum maksimal, terutama jembatan penyeberangan. Masih banyak pejalan kaki yang menyeberang di sembarang tempat.

Melihat fenomena tersebut penulis mengerucutkan penelitian pada *Bandung Walk Friendly*, salah satu pengembangan dari *Friendly Bandung*. Penulis bermaksud meningkatkan penggunaan jembatan penyeberangan untuk mengurangi angka kecelakaan dan kemacetan lalu lintas guna meningkatkan Kenyamanan di jalanan Kota Bandung.

Penulis menargetkan pejalan kaki di usia SMA karena remaja memiliki kebutuhan interaksi dan persahabatan yang luas baik dengan teman sejenis maupun lawan jenis. Remaja pada tingkat akhir juga memperhatikan etika bermasyarakat dan mengembangkan sifat-sifat pribadinya [5]. Karakter remaja Bandung yang terbuka dan memiliki kebutuhan interaksi sangat cocok dengan karakter instalasi interaktif yang mengajak audience untuk berpartisipasi dan menjadi bagian dari karya. Selain itu instalasi yang bernuansa modern juga cocok dengan remaja SMA karena fasih dan terbuka dengan tekno-logi media digital terbaru.

Instalasi interaktif merupakan salah satu jenis instalasi yang memperkenankan penontonnya untuk berinteraksi dengan cara tertentu untuk mewujudkan maksud tertentu. Menurut Chris Crawford interaktivitas memiliki beberapa keunggulan, di antaranya inovatif, teruji, dan efektif. Interaktivitas merupakan cara baru yang revolusioner dalam desain dan terbukti nyata dalam sejarah manusia[6]. Selain itu, interaktivitas lebih efektif dalam menyampaikan suatu pesan, karena target langsung mengalami dan menjadi bagian dari karya.

Instalasi interaktif diharapkan mampu menggugah remaja untuk menyeberang di jembatan penyeberangan sehingga dapat diimitasi hingga akhirnya meluas di masyarakat. Dengan meningkatnya penggunaan jembatan penyeberangan, lalu lintas di area sekitarnya dapat semakin lancar. Dalam jangka panjang, *Friendly Bandung* diharapkan dapat tercermin dari berbagai perspektif, menjadikan Bandung sebagai kota yang nyaman untuk tempat tinggal dan menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

### 1.1. Data & Fakta Objek Penelitian

#### 1.1.1 Friendly Bandung

*Friendly Bandung* merupakan kampanye *city branding* internasional yang diprakarsai oleh komunitas kreatif di Kota

Bandung. *Friendly Bandung* diluncurkan bersamaan dengan ulang tahun Kota Bandung ke 204. Kampanye ini dimulai dengan gerakan senyum *selfie* untuk Bandung yang tersebar melalui media *twitter* dan *instagram* dengan *hashtag* #204tahunBDG dan #FriendlyBandung.



Gambar 1.1 Friendly Bandung.

Sumber: Twitter Friendly Bandung

Selain itu ada juga acara kebudayaan di gedung Konferensi Asia Afrika dan pameran foto Bandung Tersenyum yang dipajang di sepanjang jalan di bawah jembatan layang Pasupati. Menurut Ade Bayu, salah satu fotografer dari Bandung Tersenyum, kampanye *Friendly Bandung* bertujuan untuk melestarikan dan menunjukkan budaya *someah* dari masyarakat. Kampanye ini diharapkan dapat memperkenalkan keramahan Kota Bandung di kancah internasional sehingga mampu meningkatkan pariwisata baik lokal maupun mancanegara.



Gambar 1.2 Pengembangan Friendly Bandung.

Sumber: Twitter Friendly Bandung

Identitas dari *city branding Friendly Bandung* kemudian dikembangkan dan bertransformasi menjadi beberapa jenis. Penyelenggara berharap *Friendly Bandung* dapat dirasakan dalam berbagai aspek kehidupan di Kota Bandung.

### 1.1.2. Bandung Walk Friendly

Dari seluruh pengembangan identitas *Friendly Bandung*, penulis memilih untuk berfokus pada *Bandung Walk Friendly*. Hingga saat ini belum terlihat program-program khusus yang mewujudkan *Bandung Walk Friendly*, namun penulis melihat adanya usaha-usaha dari pemerintah untuk meremajakan infrastruktur- infrastruktur bagi pejalan kaki, misalnya perbaikan trotoar, pengecatan ulang *zebra cross*, dan pemin-dahan pedagang kaki lima dari jalur trotoar ke tempat penampungan. Penulis juga melihat bahwa pemerintah mulai merenovasi dan merevitalisasi beberapa jembatan penyeberangan misalnya jembatan penyeberangan di

Jalan Merdeka, Jalan Dago, dan Jalan Otto Iskandardinata.



Gambar 1.3 Jembatan penyeberangan di Jalan Asia Afrika.

Sumber: dokumentasi penulis



Gambar 1.4 Program Peremajaan trotoar

Sumber: Facebook Ridwan Kamil

Meskipun ada usaha pemerintah untuk merevitalisasi infrastruktur fasilitas pejalan kaki, masih banyak pejalan kaki yang belum menggunakan fasilitas tersebut. Berdasarkan pengamatan penulis, masih banyak orang yang berjalan kaki di jalan meskipun trotoar telah diperbaiki dan layak untuk dipakai. Hal serupa juga ditemukan pada fasilitas-fasilitas penyeberangan. Banyak orang

cenderung menyeberang di tengah jalan dan tidak menggunakan fasilitas yang telah disediakan.



Gambar 1.5 Pejalan kaki menyeberang di bawah jembatan penyeberangan.

Sumber: dokumentasi penulis

### 1.1.3. Perilaku Menyeberang

Lebih lanjut penulis melakukan observasi terhadap keadaan fisik serta perilaku masyarakat dalam menyeberang di jembatan penyeberangan.

Dari sekian banyak jembatan penyeberangan di Bandung, penulis memilih jembatan penyeberangan di Jalan Merdeka. Area Bandung Indah Plaza (BIP) dan sekitarnya merupakan pusat perbelanjaan dan wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Berdasarkan pengamatan penulis area tersebut cenderung padat di pagi, siang, sore dan malam hari. Berbeda dengan jembatan penyeberangan lain yang hanya padat di jam-jam tertentu. Selain factor kepadatan, banyak siswa-siswi SMA yang merupakan target penulis, dating berkunjung ke area BIP terutama pada siang dan sore hari.

Penulis melakukan observasi pada:

- Tempat: Jalan Merdeka, di area Bandung Indah Plaza dan sekitarnya.
- Waktu: Selasa 21 Oktober 2014,
- pukul 14.50 – 15.20

Berikut ini merupakan hasil observasi visual penulis terhadap keadaan fisik dari jembatan penyeberangan di area BIP.



Gambar 1.6 Kondisi jembatan penyeberangan di area BIP.

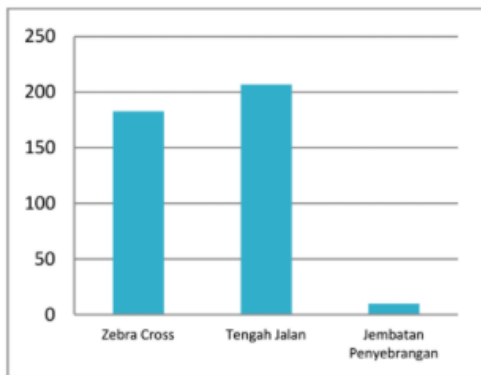
Sumber: dokumentasi penulis

Secara umum, keadaan jembatan penyeberangan di area BIP layak untuk digunakan. Besi-besi pagar dan penyangganya masih baru dan dalam keadaan baik.

Jembatan kokoh dan tidak ada getaran berarti yang terasa ketika digunakan. Jembatan ini juga dilengkapi dengan atap sehingga dapat menaungi penggunaanya dari panas terik dan hujan. Meskipun masih ada sedikit sampah di beberapa tempat, namun jembatan masih terlihat rapi dan tidak ada bau yang mengganggu. Pada malam hari, keadaan jembatan

cukup terang karena telah dilengkapi dengan lampu penerangan yang mendukung keamanan pada jembatan. Selain itu lokasi jembatan tidak jauh dari keramaian dan tidak ditemukan adanya oknum-oknum tertentu yang menduduki jembatan.

Selain dari keadaan fisik jembatan penyeberangan, penulis juga melakukan observasi terhadap perilaku pejalan kaki yang menyeberang di area BIP. Penulis mengamati perilaku orang menyeberang dari atas jembatan. Berikut ini merupakan grafik yang mendeskripsikan perilaku menyeberang pejalan kaki di area BIP.



Gambar 1.7 Grafik perilaku menyeberang pejalan kaki di area BIP

Penulis mengobservasi 400 orang yang menyeberang di area BIP dan sekitarnya. Sebanyak 183 orang menggunakan *zebra cross* yang menghubungkan Gramedia dan BIP, 207 lainnya menyeberang di tengah jalan, dan hanya 10 orang yang menggunakan jembatan penyeberangan.

Penulis juga melakukan wawancara singkat mengenai alasan pejalan kaki memilih menyeberang di jembatan dan tengah jalan. Pejalan kaki yang memilih untuk menyeberang di jembatan penyeberangan merasa bahwa menyeberang di jembatan penyeberangan lebih aman daripada di tengah jalan. Di sisi lain, pejalan kaki yang menyeberang di tengah jalan merasa bahwa menyeberang di tengah jalan lebih cepat. Sebagian mengatakan bahwa penempatan jembatan penyeberangan terlalu jauh. Beberapa orang mengaku lelah untuk menyeberang di jembatan.

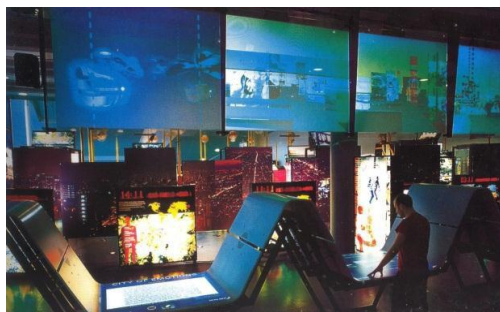
## 2. METODOLOGI

Penulis mengumpulkan data melalui studi literatur, observasi, dan wawancara. Penulis melakukan pengamatan dalam kegiatan sehari-hari saat melewati jalan-jalan di Kota Bandung, mendokumentasikan hasil observasi dalam bentuk foto. Secara khusus penulis mengobservasi perilaku menyeberang dari pejalan kaki, menghitung dan mencatat penggunaan jembatan penyeberangan. Penulis juga mengunjungi pemerintah Kota Bandung dan melakukan wawancara terhadap Bapak Ade Bayu selaku fotografer Bandung Tersenyum. Selain itu penulis juga melakukan studi banding, mengkaji kekurangan dan kelebihan beberapa instalasi interaktif lain. Kemudian penulis menganalisis dan menghubungkan data-data serta teori

yang telah dikategorisasi untuk mendapatkan rekomendasi desain dan kesimpulan.

## 2.1 Teori & Prinsip

### 2.1.1. New Media dan Interaktivitas



Gambar 2.1 Salah satu bentuk new media

Sumber: Buku new Media Design

Austin dan Doust [7] mengatakan bahwa *new media* meliputi internet, permainan komputer, CD dan DVD, lingkungan interaktif, segala sesuatu yang bersifat digital dan bergerak. *New media* merupakan terminologi yang digunakan untuk mendeskripsikan ledakan dari era informasi dan hiburan baru yang terjadi karena perkembangan komputer. Mereka menyatakan bahwa interaktivitas merupakan aspek yang paling asing dan menantang dari pengembangan *new media*.

Austin dan Doust juga menyatakan bahwa lingkungan interaktif mengharuskan audiensnya untuk memilih, mengubah, dan mengeksplorasi penghayatannya melalui gambar, film, teks, dan lain

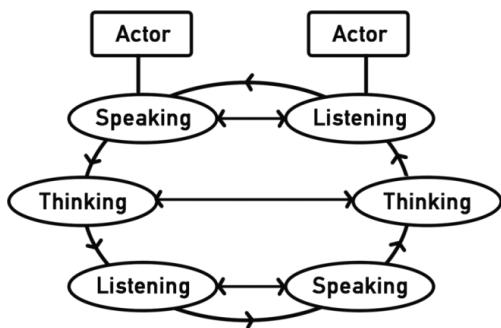
sebagainya. Iman Sudjudi [8] dalam kuliah komunikasi Visual Multimedia menyatakan bahwa media interaktif memiliki enam kekuatan:

- [1] *Integrity*, terjadinya kesatuan audio, visual, dan elemen-elemen lainnya di dalam media tersebut.
- [2] *Interactivity*, kemampuan pengguna dalam memilih informasi yang ia dapatkan.
- [3] *Narrativity*, media tersebut memberikan narasi, menceritakan tentang suatu hal.
- [4] *Immersion*, pengguna mengalami keterlibatan secara lahir batin saat menggunakan media tersebut.
- [5] *Hyper space-media*, terdapat hubungan antara dunia nyata dengan dunia virtual.
- [6] *Connectivity*, media terkoneksi dengan media yang lain. Terjadi konvergensi media melalui telekomunikasi.

Austin dan Doust juga mengatakan bahwa instalasi interaktif merupakan salah satu bentuk dari *experience design*. *Experience design* mengacu pada pendekatan dalam arti luas untuk menciptakan pengalaman menggunakan sesuatu yang melebihi produk maupun jasa yang menyentuh audiens pada tingkat emosional. Grafis interaktif

berpadu dengan suara dan diaplikasikan pada objek maupun arsitektur sehingga mampu menyampaikan pesan yang memicu respon emosional dari audiens.

Chris Crawford [6] mengatakan bahwa konsep interaktif dapat dimetaforakan menjadi 2 orang aktor yang sedang berdialog. Ketika aktor A berbicara, maka aktor B mendengarkan. Setelah itu aktor B akan berpikir, mencerna yang dikatakan A dan menyiapkan respon yang akan diberikan terhadap A. Kemudian keadaan berbalik, B berbicara dan A mendengarkan dengan seksama. A akan berpikir dan mencerna respon B, kemudian kembali bicara merespon apa yang dikatakan B. Demikian siklus berulang selama interaktivitas masih terjalin. Berikut ini merupakan skema interaktivitas untuk memperjelas konsep yang dimaksud.



Gambar 2.2 Interpretasi penulis terhadap konsep interaktivitas Chris Crawford

Agar dapat berinteraksi dengan baik, kedua aktor harus menjalankan ketiga proses tersebut dengan baik. Bila ada

salah satu proses yang terganggu, maka rantai interaktivitas akan terputus dan terhenti. Ketiga proses ini harus terjadi dalam siklus dan tidak dapat saling menggantikan satu sama lain.

### 2.1.2. Fun Theory

*Fun theory* merupakan inisiatif dari Volkswagen dengan sebuah konsep sederhana. Konsep tersebut mengatakan bahwa hal sederhana seperti rasa senang adalah cara paling mudah untuk mengubah perilaku seseorang ke arah yang lebih baik. Hal itu berlaku untuk diri sendiri, lingkungan, atau hal lain yang jauh berbeda. Satu hal yang penting adalah perubahan tersebut menuju ke arah yang lebih baik.

### 2.1.3. Teori Perkembangan Remaja

Sri Rumini dan Siti Sundari dalam Haryanto [5] mengatakan bahwa masa remaja adalah peralihan dari masa anak ketika seseorang mengalami perkembangan pada seluruh aspek untuk memasuki masa dewasa. Haryanto mengatakan bahwa remaja telah mengalami perkembangan kemampuan untuk memahami orang lain dan menjalin persahabatan. Remaja memilih teman yang memiliki sifat dan kualitas psikologis yang relative sama dengan dirinya, misalnya sama hobi, minat, sikap, nilai-nilai, dan kepribadiannya. Perkembangan sikap yang cukup rawan pada remaja adalah sikap *conformity* yaitu kecen-



derungan untuk menyerah dan mengikuti bagaimana teman sebayanya berbuat. Misalnya dalam hal pendapat, pikiran, nilai-nilai, gaya hidup, kebiasaan, kegemaran, keinginan, dan lain-lainnya.

Haryanto juga menyebutkan bahwa dalam pengembangan integritas pribadinya remaja memiliki kebutuhan interaksi dan persahabatan lebih luas dengan teman sejenis dan lawan jenis. Untuk itu remaja berusaha mengkaji tujuan dan keputusan untuk menjadi model manusia yang diidamkan, memperhatikan etika masyarakat, kehendak orang tua, dan sikap teman-temannya, serta mengembangkan sikap-sikap pribadinya.

### 3. ANALISIS

#### 3.1 Studi Banding

##### a. Fun Bridge



Gambar 3.1. Screenshot dari Fun Bridge  
Sumber: Youtube

*Fun Bridge* merupakan salah satu nominasi lomba *fun theory* yang digagas oleh Volkswagen [9]. *Fun Bridge* berusaha mengubah perilaku masya-

rakat Mexico yang suka menyeberang di bawah jembatan penyeberangan, fenomena yang mirip dengan yang terjadi di jembatan penyeberangan Merdeka BIP. Desainer dari *Fun Bridge* memasang semacam selotip yang berbunyi ketika dilewati oleh orang. Berikut ini merupakan studi penulis terhadap *Fun Bridge*:

Tabel 3.1. Analisis pro dan kontra Fun Bridge

PRO	KONTRA
Relatif murah	Kurang menarik secara visual
Praktis	Tidak terlihat keberadaannya oleh orang yang tidak menyeberang di jembatan

##### b. Piano Stairs



Gambar 3.2. Piano Stairs  
Sumber: Youtube

*Piano Stairs* merupakan salah satu inisiatif dari Volkswagen yang mendemonstrasikan *fun theory*. Ide dari instalasi ini berawal dari anjuran yang

mengatakan bahwa menggunakan tangga lebih baik daripada menggunakan eskalator atau elevator. Tetapi hanya sedikit orang yang benar-benar mempraktekannya. Oleh karena itu mereka mencoba mengganti anak-anak tangga dengan tuts piano yang berbunyi setiap kali ada orang yang menginjaknya. Menurut situs thefuntheory.com, *piano stairs* berhasil meningkatkan penggunaan tangga sebanyak 66%.

Menurut analisa penulis, *piano stairs* ini memiliki beberapa kelebihan yang mampu menarik perhatian banyak orang, diantaranya:

[1] Menarik dan mencolok secara visual.

[2] Visual dan audio saling melengkapi dan senada.

[3] Interaksi yang terjadi simple, mudah dipraktekan.

### 3.2 Analisis Data

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, penulis meyakini bahwa penggunaan jembatan penyeberangan harus ditingkatkan karena tingginya angka kecelakaan pada pejalan kaki yang menyeberang jalan. Selain itu, peningkatan penggunaan jembatan penyeberangan dapat mengurangi kemacetan dan melancarkan arus lalu lintas. Kenyamanan dalam berjalan kaki akan mewujudkan program *Bandung Walk*

*Friendly* dan kemudian mewujudkan *Friendly Bandung* di mata masyarakat dan wisatawan Bandung.

### 3.3 Analisis Target

Penulis melakukan pembatasan target kepada siswa-siswi SMA karena remaja memiliki kecenderungan mengikuti bagaimana teman sebayanya berbuat dan memiliki kebutuhan interaksi dan persahabatan. Penulis berharap remaja SMA dapat menjadi *trendsetter* dalam menggunakan jembatan penyeberangan dan mengajak orang-orang sekitarnya untuk ikut menyeberang di jembatan penyeberangan.

### 3.4 Analisis Media

Penulis melihat potensi pada instalasi interaktif untuk dapat mengubah perilaku pejalan kaki. Masyarakat Bandung memiliki karakter *someah*, saling mengasihi, dan mengayomi, tak terkecuali remaja SMA yang juga dididik dalam budaya Sunda. Hal ini memungkinkan remaja Bandung untuk mau berinteraksi di dalam instalasi. Selain itu remaja SMA juga fasih dan terbuka terhadap teknologi media digital baru. Penulis berpendapat bahwa instalasi interaktif cocok dan mampu menarik perhatian remaja SMA.

Dengan memanfaatkan kekuatan dari interaktivitas, penulis berpendapat bahwa instalasi interaktif mampu mengajak dan

menyampaikan pesan dengan baik kepada audiens. Selain itu instalasi interaktif termasuk dalam *experience design* sehingga mampu menciptakan pengalaman yang menyentuh audiens pada tingkat emosional. Pendekatan seperti *fun theory* dapat diaplikasikan pada instalasi untuk mengubah perilaku masyarakat, seperti *piano stairs* yang terbukti mampu mengajak masyarakat untuk menggunakan tangga.

Penulis merekomendasikan jembatan penyeberangan di Jalan Merdeka area BIP sebagai percontohan yang akan dilengkapi dengan instalasi interaktif. Area ini merupakan salah satu destinasi wisata dan pusat perbelanjaan yang dipadati kendaraan dan pejalan kaki baik pagi, siang, sore, maupun malam hari. Keadaan jembatan penyeberangan di area ini cenderung baik dan layak digunakan, namun masih banyak pejalan kaki yang belum menggunakannya. Selain itu remaja SMA yang merupakan sasaran penulis juga sering terlihat di area ini pada siang dan sore hari.

### 3.5 Rekomendasi Design

Dalam merancang instalasi interaktif pada jembatan penyeberangan perlu diperhatikan beberapa aspek.

[1] Instalasi memanfaatkan dan mengedepankan kekuatan dari media interaktif.

[2] Konsep dari interaktivitas harus sangat diperhatikan agar proses interaksi berjalan dengan baik.

[3] Dari hasil studi banding, penulis merekomendasikan visual yang menarik perhatian dan dapat terlihat dari kejauhan.

[4] Interaksi yang dirancang diusahakan sederhana dan tidak sulit untuk dilakukan bagi semua orang.

[5] Interaksi harus dapat memberikan pengalaman menarik yang menyenangkan agar orang-orang mau menggunakan jembatan penyeberangan atas kemauannya sendiri.

Dalam merancang proses interaksi yang terjadi di dalam instalasi, penulis merekomendasikan interaksi yang mengharuskan audiens untuk berjalan menyusuri jembatan penyeberangan. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kerumunan orang dan menjaga mobilitas pejalan kaki yang melewati jembatan penyeberangan.

Penulis juga merekomendasikan adanya respons dari instalasi ketika audiens menjalankan interaksi bersama dengan audiens lainnya. Dengan melewati jembatan dan merasakan pengalaman bersama-sama, audiens dapat mengajak serta teman-temannya untuk ikut menyeberang di jembatan penyeberangan. Dengan demikian, penggunaan jembatan

penyeberangan dapat berkembang menjadi *trend* dan meluas di masyarakat.

Selain interaksi langsung yang terjadi di dalam instalasi, dapat pula ditambahkan suatu fitur yang dapat disebar dan dijadikan media informasi bagi masyarakat lain. Misalnya bekerja sama dengan pihak *Friendly Bandung* dan mengadakan *event* foto di jembatan penyeberangan melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, maupun *instagram*. Untuk itu dapat ditambahkan kamera pada instalasi atau melalui kamera maupun *gadget* masing-masing audiens.

### 3.6 Komunikasi Pesan

Penulis berharap jembatan penyeberangan yang dijadikan percontohan tidak sekedar menjadi fasilitas penyeberangan, tetapi juga menjadi wahana yang mampu menyadarkan pejalan kaki akan pentingnya menjaga diri. Melalui instalasi interaktif penulis ingin mengkondisikan pejalan kaki memotivasi dirinya sendiri untuk menggunakan jembatan penyeberangan.

Dengan menyeberang di jembatan penyeberangan, pejalan kaki berkontribusi dalam melancarkan lalu lintas dan menjaga keselamatannya. Saat pejalan kaki mengajak temannya untuk turut serta menggunakan jembatan penyeberangan, mereka telah turut menjaga

keselamatan orang lain dan menyebarkan kebiasaan yang baik.

Ketika telah terbiasa menggunakan jembatan penyeberangan, penulis berharap pejalan kaki tidak mudah mengeluh lelah dan merasa jauh pada jarak yang hanya beberapa meter saja. Penulis berharap dengan adanya kesadaran tersebut, penggunaan jembatan penyeberangan di Kota Bandung dapat semakin meningkat.

### 4. KESIMPULAN

Citra *Friendly Bandung* dapat ditanamkan dalam berbagai aspek, termasuk dalam berlalu lintas. Peningkatan penggunaan jembatan penyeberangan dapat menjadi solusi dan memelopori keselamatan, kenyamanan, dan kelancaran dalam berlalu lintas. Karakter masyarakat Bandung yang terbuka memungkinkan instalasi interaktif mengajak masyarakat untuk menggunakan jembatan penyeberangan.

Penulis merekomendasikan instalasi interaktif yang terlihat menarik secara visual dan dapat dilihat dari kejauhan agar orang-orang penasaran dan mencoba menggunakan jembatan penyeberangan atas kemauannya sendiri. Interaksi yang dirancang hendaknya tidak menghambat mobilitas dan mengajak audiens untuk menggunakan jembatan penyeberangan bersama-sama.

Penulis berharap pejalan kaki dapat menyadari pentingnya menjaga diri dan berkontribusi untuk kelancaran lalu lintas. Dengan meluasnya *trend* menyeberang di jembatan penyeberangan, penggunaan jembatan penyeberangan di Kota Bandung dapat meningkat dan mewujudkan kampanye *Friendly Bandung* di kalangan masyarakat dan wisatawan.

## 7. REFERENSI

[1] Kamil R. Ridwan Kamil Untuk Bandung, <https://www.facebook.com/RKbdg>. diakses pada tanggal 7 Desember 2014

[2] Syarkowi. <http://balai3wordpress.com/2011/07/01/fasilitas-pejalan-kaki-berdasarkan-undang-undang/>.diakses pada tanggal 7 Desember 2014

[3] <http://bandung.bisnis.com/read/20140921/34239/517581/kemenhub-komitmen-tekan-angka-kecelakaan-pejalan-kaki>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2014

[4] Abubakar I. Manajemen Lalu Lintas. Jakarta:Trasindo; 2012.

[5] Haryanto.<http://belajarpsikologi.com/perkembangan-psikologis-remaja>. diakses pada tanggal 7 Desember 2014

[6] Crawford C. The Art of Interactive Design. San Francisco: No Starch Press,

Inc; 2003.

[7] Austin T, Doust R. New Media Design. London: Laurence King Publishing Ltd; 2007.

[8] Sudjudi I. *kuliah komunikasi Visual Multimedia*. [Lecture] Institut Teknologi. 2014

[9] Volkswagen. <http://www.thefuntheory.com/piano-staircase>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2014